

UNIVERSIDAD DE CUENCA



Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en turismo

Autor:
Jonathan Paúl López Yupa
C.I.: 0105353262

Director:
Gustavo Eduardo Iñiguez Márquez
C.I.: 0101994911

Cuenca – Ecuador

2018



RESUMEN

En el presente análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior se planteó estudiar a las instituciones y centros académicos que contribuyen al desarrollo del turismo académico en la ciudad, conocer su metodología, su oferta, su inserción en el mercado, entre otros. Del mismo modo se determina el perfil del turista de turismo académico, su nivel de gasto turístico, gustos y características de viaje, etc.

Para la realización de la presente investigación se utilizó la metodología tanto cualitativa como cuantitativa, recurriendo a información de fuentes primarias y secundarias para lo cual se implementó la aplicación de entrevistas a los dirigentes de los centros académicos estudiados, así también se realiza un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas a los estudiantes de las diferentes instituciones y centros académicos con la finalidad de determinar el perfil del turista académico que visita la ciudad, buscando de esta manera conocer su procedencia, edad, tiempo de permanencia, tipo de alojamiento que utiliza durante su estadía, actividades turísticas que realiza, entre otros.

Palabras claves: Cuenca, Oferta, Demanda, Perfil del turista académico del nivel superior, Programas de intercambio.



ABSTRACT

In the present analysis of the offer and demand of Cuenca as a destination for academic tourism for upper level students, it was proposed to study the institutions and academic centers that contribute to the development of academic tourism in the city. It is in order to know its methodology, its offer, its insertion in the market, among others. In the same way the profile of the tourist of academic tourism is determined, its level of tourist expense, tastes, the characteristics of the trip and so on.

The qualitative and quantitative methodology was used to carry out the present research, using information from primary and secondary sources for which the application of interviews to the leaders of the academic centers studied was implemented, as well as a market study by means of the application of surveys to the students of the different institutions and academic centers. Being the purpose of determining the profile of the academic tourist that visit the city, searching in this way to identify its origin, age, time of permanence, type of accommodation that it uses during the staying, tourist activities, among others.

Keywords: Cuenca, Supply, Demand, Profile of the academic upper level tourist, Exchange programs.



ÍNDICE

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
ÍNDICE	4
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	10
CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	12
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL	13
DEDICATORIA	14
AGRADECIMIENTO	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I	18
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO ACADÉMICO DE NIVEL SUPERIOR EN CUENCA	18
1.1 Conceptos	18
1.1.1 Turismo	18
1.1.2 Turismo Académico	19
1.1.3 Características del turismo académico	20
1.1.4 Importancia del turismo académico	21
1.1.5 Antecedentes del turismo académico	22
1.1.6 Turismo académico en el Ecuador	25
1.2 Análisis F.O.D.A de la ciudad de Cuenca como destino de turismo académico de nivel superior	26
3 Análisis del macroentorno de Cuenca como destino de turismo académico de nivel superior	28



1.3.1 Análisis de los factores económicos.....	28
1.3.2 Análisis de los factores socioculturales	30
1.3.3 Análisis de los factores político legales	32
1.3.4 Análisis de los factores tecnológicos	34
CAPÍTULO II.....	36
OFERTA DE TURISMO ACADÉMICO EN LA CIUDAD DE CUENCA.....	36
2.1 Antecedentes del turismo académico en Cuenca.....	37
2.2 Oferta de turismo académico en la ciudad de Cuenca	39
2.2.1 Tipos de productos de turismo académico ofertados en Cuenca	39
2.2.1.1 Universidad de Cuenca.....	39
2.2.1.2 Universidad del Azuay	46
2.2.1.3 Escuelas de español en la ciudad de Cuenca.....	53
2.2.1.4 Análisis comparativo de las Universidades y Escuelas de Español en la ciudad de Cuenca	87
2.2.1.5 Programas de intercambios estudiantiles internacionales universitarios en la ciudad de Cuenca	91
CAPÍTULO III.....	94
PERFIL DEL TURISTA DE TURISMO ACADÉMICO PARA LA CIUDAD DE CUENCA	94
3.1 Determinación y cálculo de la muestra	94
3.1.1 Método de investigación.....	94
3.1.2 Técnica de Investigación	94
3.1.3 Universo	95
3.1.4 Muestra	95
3.1.5 Procesamiento de la información	96
3.2 Tabulación y análisis de resultados.....	96



3.3 Análisis de resultados de la investigación de mercado.....	139
3.3.1 Determinación del perfil del turista que asiste a las Universidades .	139
3.3.2 Determinación del perfil del turista que asiste a las Instituciones....	141
3.3.3 Tabla comparativa del perfil del turista académico que asiste a las Universidades en comparación otras Instituciones.	142
3.3.4 Hallazgos.....	145
3.3.4.1 Perfil de estudiantes de nivel superior según los Centros de estudios.....	145
3.3.4.2 Perfil de estudiantes de nivel superior según el género	147
3.3.4.3 Perfil de estudiantes de nivel superior según la edad	147
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	148
4.1 Conclusiones	148
4.2 Recomendaciones	150
ANEXOS.....	158
Anexo n° 1 Entrevistas	158
Anexo n° 2 Programas de Intercambio de la Universidad de Cuenca.....	166
Anexo n° 3 Programas de Intercambio de la Universidad del Azuay	174
Anexo n° 4 Diseño de tesis	176
Anexo n°5 Diseño de Encuesta	188
Anexo n°6 Anexo fotográfico.....	190
INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL AMAUTA.	190
INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL YANAPUMA	193
INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL SAMPERE	196
INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL CEDEI	197



INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY197

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA	27
Tabla 2. Oferta de turismo académico: Universidad de Cuenca.....	41
Tabla 3. Requisitos para la solicitud de admisión	45
Tabla 4. Medios Publicitarios de la Universidad de Cuenca	45
Tabla 5. Oferta de turismo académico: Universidad del Azuay	49
Tabla 6. Requisitos para la solicitud de admisión	51
Tabla 7. Medios Publicitarios de la Universidad del Azuay.....	52
Tabla 8. Oferta académica del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln	55
Tabla 9. Medios Publicitarios del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln	57
Tabla 10. Oferta académica del CEDEI.....	60
Tabla 11. Costos	62
Tabla 12. Requisitos para la solicitud de admisión	63
Tabla 13. Medios Publicitarios de la Fundación CEDEI.....	64
Tabla 14. Cursos ofertados en el Estudio Sampere.....	66
Tabla 15. Costos de la oferta del Estudio Sampere	67
Tabla 16. Medios Publicitarios del Estudio Sampere	69
Tabla 17. Cursos ofertados por la Escuela de Español Amauta.....	72
Tabla 18. Costos de los cursos ofertados por la Escuela de Español Amauta.....	73
Tabla 19. Medios Publicitarios de la Escuela de Español Amauta	75
Tabla 20. Cursos ofertados por la Escuela de Español Simón Bolívar.....	78
Tabla 21. Costos de la oferta de la Escuela de Español Simón Bolívar.....	78
Tabla 22. Medios Publicitarios de la Escuela de Español Simón Bolívar ..	80
Tabla 23. Cursos ofertados por la Escuela de Español Yanapuma.....	83
Tabla 24. Costos de la oferta de la Escuela de Español Yanapuma.....	84
Tabla 25. Medios Publicitarios de la Escuela de Español Yanapuma	86



Tabla 26. Análisis comparativo de casos	88
Tabla 27. Programa estudiantiles	93
Tabla 28. Determinación del Universo	95
Tabla 29 Universidades	97
Tabla 30 Instituciones	97
Tabla 31 Universidades: Género	98
Tabla 32 Instituciones: Género	98
Tabla 33 Universidades: Procedencia	99
Tabla 34 Instituciones: Procedencia	99
Tabla 35 Universidades: Lengua materna	100
Tabla 36 Instituciones: Lengua materna	100
Tabla 37 Universidades: Edad	101
Tabla 38 Instituciones: Edad	101
Tabla 39 Universidades: Estado Civil	102
Tabla 40 Instituciones: Estado Civil	102
Tabla 41 Universidades: Nivel de estudios	103
Tabla 42 Instituciones: Nivel de estudios	103
Tabla 43 Universidades: Tipo de programa	104
Tabla 44 Instituciones: Tipo de programa	104
Tabla 45 Universidades: Periodo de estudios	105
Tabla 46 Instituciones: Periodo de estudios	105
Tabla 47 Universidades: Duración	106
Tabla 48 Instituciones: Duración	106
Tabla 49 Universidades: Calidad académica	107
Tabla 50 Instituciones: Calidad académica	107
Tabla 51 Universidades: Tipo de alojamiento	108
Tabla 52 Instituciones: Tipo de alojamiento	108
Tabla 53 Universidades: Gasto promedio mensual	109
Tabla 54 Instituciones: Gasto promedio mensual	109
Tabla 55 Universidades: Gasto promedio mensual alojamiento	110
Tabla 56 Instituciones: Gasto promedio mensual alojamiento	110



Tabla 57 Universidades: Gasto promedio mensual alimentación	111
Tabla 58 Instituciones: Gasto promedio mensual alimentación.....	111
Tabla 59 Universidades: Gasto promedio mensual compras	112
Tabla 60 Instituciones: Gasto promedio mensual compras.....	112
Tabla 61 Universidades: Gasto promedio mensual viajes	113
Tabla 62 Instituciones: Gasto promedio mensual viajes	113
Tabla 63 Universidades: Gasto promedio mensual estudios	115
Tabla 64 Instituciones: Gasto promedio mensual estudios.....	115
Tabla 65. Universidades: Factores de motivación	116
Tabla 66. Instituciones: Factores de motivación	119
Tabla 67. Universidades: Opinión sobre actividades	122
Tabla 68. Instituciones: Opinión sobre actividades.....	127
Tabla 69. Universidades: Tipo de turismo	132
Tabla 70. Instituciones: Tipo de turismo	134
Tabla 71 Universidades: Medios de comunicación	137
Tabla 72 Instituciones: Medios de comunicación.....	137
Tabla 73 Universidades: Modo de contratación de servicio	138
Tabla 74 Instituciones: Modo de contratación de servicio.....	138
Tabla 75.Tabla comparativa del perfil del turista académico que asiste a la Universidades en comparación con otras Instituciones	142
Tabla 76 Programas de intercambio en América	166
Tabla 77 Programas de intercambio en Europa	169
Tabla 78 Programas de intercambio en Asia.....	172
Tabla 79 Programas de intercambio en América	174
Tabla 80 Programas de intercambio en Europa	175



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Micro-localización de la Universidad de Cuenca	40
Figura 2. Escudo de la Universidad de Cuenca	46
Figura 3. Micro – localización de la Universidad del Azuay	47
Figura 4. Logo de la Universidad del Azuay	52
Figura 5. Micro-localización del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln	54
Figura 6. Logo del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano AbrahamLincoln.....	57
Figura 7. Micro-loclicación del Centro de Estudios Internamericanos	59
Figura 8. Logo de la Fundación CEDEI	65
Figura 9. Micro-localización del Estudio Sampere.....	66
Figura 10. Logo del Estudio Sampere.....	70
Figura 11. Micro-localización de la Escuela de Español Amauta	71
Figura 12. Logo de la Escuela de Español Amauta	76
Figura 13. Micro-localización de la Escuela de Español Simón Bolívar	77
Figura 14. Logo de la Escuela de Español Simón Bolívar.....	81
Figura 15. Micro-localización de la Escuela de Español Yanapuma	82
Figura 16. Logo de la Escuela de Español Yanapuma	86
Figura 17. Universidades	97
Figura 18. Instituciones.....	97
Figura 19. Género	98
Figura 20. Universidades	99
Figura 21. Lengua Materna.....	100
Figura 22. Edades	101
Figura 23. Estado Civil	102
Figura 24. Nivel de estudios.....	103
Figura 25. Tipo de programa.....	104
Figura 26. Periodo de estudios.....	105
Figura 27. Duración estimada	106
Figura 28. Calidad académica.....	107



Figura 29. Tipo de alojamiento	108
Figura 30. Gasto promedio mensual	109
Figura 31. Gasto promedio mensual de alojamiento	111
Figura 32. Gasto promedio mensual de alimentación	112
Figura 33. Gasto promedio mensual de compras	113
Figura 34. Gasto promedio mensual de viajes	114
Figura 35. Gasto promedio mensual de estudios	115
Figura 36. Universidades:Factores de motivación	116
Figura 37. Instituciones:Factores de motivación.....	119
Figura 38. Universidades: Opinión sobre actividades.....	123
Figura 39. Instituciones:Opinión sobre actividades	128
Figura 40. Universidades: Tipo de turismo.....	132
Figura 41. Instituciones: Tipo de turismo	134
Figura 42. Medio de comunicación	137
Figura 43. Modo de contratación de servicio	138



**CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

López Yupa Jonathan Paúl, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 27 de julio del 2018.

López Yupa Jonathan Paúl

C.I: 0105353262

López Yupa Jonathan Paúl



CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

López Yupa Jonathan Paúl, autor del presente proyecto de investigación “Análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 27 de julio del 2018.

López Yupa Jonathan Paúl

C.I: 0105353262

López Yupa Jonathan Paúl

13



DEDICATORIA

Quiero dedicar esta investigación a Dios, quien en su inmenso amor y gracia me ha permitido alcanzar esta meta, y a lo largo del camino me ha sostenido, me ha fortalecido y me ha dado la sabiduría necesaria para culminar con éxito la etapa de mi vida universitaria.

Dedico esta tesis a mis amados padres, quienes han sido mi ejemplo de lucha, humildad y fe, ellos hicieron todo lo posible para que pueda llegar hasta este momento y nunca dejaron de creer en mí.

También quiero dedicar esta investigación a mi abuelita Ana quien siempre me apoyó y me impulsó a salir adelante y quien con su ejemplo me enseñó a ser valiente y nunca darme por vencido.

Dedico esta tesis de una manera muy especial a las dos mujeres que me cambiaron la vida, mi esposa Kitty y mi hija Isabel, ya que nunca habría logrado llegar hasta aquí sin su amor incondicional, sin sus fuerzas y sin su inspiración.

También quiero dedicar mi tesis a mi hermano Sebas, a quien recuerdo con mucho cariño a diario, me hubiera gustado que me acompañes en este día pero Dios te llamó antes hermano querido, esta tesis va por ti.



AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento primeramente a Dios por permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi vida, por darme sabiduría y llenarme de fortaleza, agradezco a mis padres por darme la vida y por estar siempre conmigo de manera incondicional, de manera muy especial quiero agradecer a mi esposa y a mi hija por apoyarme siempre, ayudarme a mejorar y enseñarme a dar lo mejor de mí en todo momento, agradezco a la Universidad de Cuenca por formarme y darme el conocimiento requerido para llegar a ser un profesional de excelencia, quiero agradecer también a mis profesores por guiarme a través del camino mirando siempre hacia la meta, agradezco también a mi tutor por instruirme y encaminar mis esfuerzos de la mejor manera ayudándome a desarrollar mi investigación, agradezco también de manera muy sincera a las escuelas, institutos y centros de estudios que formaron parte de mi investigación por abrirme las puertas y facilitar el desarrollo de la misma. Agradezco también a mis jefes, supervisores, mentores, compañeros de trabajo y demás personas que han contribuido a mi formación como profesional, y finalmente agradezco a todas las situaciones difíciles que he atravesado en el camino hasta aquí, ya que gracias a ellas he aprendido, he crecido, me he superado y he madurado.

Gracias totales.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo el “Análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior”, por lo que se ha realizado un estudio en el que se pudo evidenciar el estado de la oferta que posee la ciudad de Cuenca en cuanto a turismo académico se refiere, y la demanda que mantiene en la actualidad, para finalmente determinar el perfil del turista académico.

El tema de la investigación consta de tres capítulos, los mismos se describen a continuación:

El primer capítulo se basa en la revisión de referencias conceptuales y en la contextualización del turismo académico a nivel nacional, además del estudio de este tipo de turismo en la ciudad de Cuenca mediante el análisis de factores económicos, socioculturales, político legales, demográficos y tecnológicos.

El segundo capítulo aborda el análisis de los antecedentes del turismo académico en la ciudad de Cuenca y se enfoca en su oferta actual, considerando instituciones educativas de nivel superior como son las Universidades de Cuenca y del Azuay y tomando en cuenta a los diferentes centros académicos de lenguas como Escuelas de Español como son El Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln, El Centro de Estudios Interamericanos (CEDEI), Estudio Sampere, Amauta, Simón Bolívar y Yanapuma, dichos centros se encuentran respaldados por instituciones internacionales como es el caso de la Embajada de Estados Unidos, Ministerio de Educación del Ecuador, Asociación Internacional de Centros de Idiomas (IALC), entre otros.

El tercer capítulo está enfocado en el análisis de la demanda, para lo cual se determina el perfil del turista académico de nivel superior, su nivel de gasto,



sus gustos y preferencias, entre otros datos importantes correspondientes a su viaje, por lo que se aplican diferentes métodos de investigación como observación directa, encuestas físicas y on-line y entrevistas propuestas a dirigentes de las diferentes instituciones educativas.



CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TURISMO ACADÉMICO DE NIVEL SUPERIOR EN CUENCA

El presente capítulo se basa en la revisión de referencias conceptuales y en la contextualización del turismo académico a nivel nacional, además del estudio de este tipo de turismo en la ciudad de Cuenca mediante el análisis de factores económicos, socioculturales, político legales, demográficos y tecnológicos.

1.1 Conceptos

1.1.1 Turismo

Para el desarrollo del presente estudio, es importante definir primeramente el término Turismo, ya que es la base fundamental de la investigación.

Alemán (1990), indica que las raíces etimológicas del turismo provienen de las palabras en inglés *to tour* que quiere decir salir de excursión y del término francés *tour* el cual se utilizaba para referirse a tornar a su lugar de origen, (p. 23). Por lo tanto, se entiende que cuando referirnos el término turismo, este indica que una persona que realiza dicha actividad lo hace con la finalidad de retornar a su residencia habitual.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), se define al turismo como “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (p. 3). Por lo tanto, el turismo implica el desplazamiento que realiza una persona de un lugar hacia otro, por diferentes motivaciones, mismas que le permitan realizar diversas actividades en una estancia no muy prolongada.

Ramírez (1994), se refiere al turismo desde dos enfoques primordiales como son el fenómeno turístico (desplazamiento temporal del lugar habitual de las personas emprendido por un motivo humano) y la ciencia turística (analiza las causas, condiciones y consecuencias del desarrollo turístico) (p. 22). De acuerdo a la definición de Ramírez, se puede decir que el turismo es considerado como un fenómeno ocasionado por el desplazamiento temporal que realiza una persona al trasladarse de un lugar distinto del habitual, con motivaciones propias. Además, el turismo es considerado como una ciencia puesto que es preciso analizar las causas, efectos, consecuencias e impactos que provoca dicha actividad tanto en el turista, en el destino, lugar de origen, etc.

1.1.2 Turismo Académico

Una vez comprendido el término turismo se puede entender de mejor manera la aproximación conceptual del turismo académico, que es el principal objeto de estudio de la presente investigación, por lo tanto, a través del estudio de conceptos de varios autores citados a continuación, posteriormente se podrá determinar una definición propia que facilite el estudio propuesto.

Según Pawlowska (2011), citando a la OMT define al turismo académico a nivel superior como:

Todas las estancias de duración inferior a un año, realizadas en los centros de educación superior fuera del país de residencia habitual. El objetivo principal de la estancia sería la realización de cursos relacionados con una titulación universitaria y/o la asistencia a cursos de idiomas organizados por dichos centros educativos. Esta definición abarcaría la componente educativa al hacer referencia al tipo de centros (escuelas superiores) y tendría en cuenta las exigencias formales que una estancia debe de cumplir para considerarse turismo (duración) (p. 21).



De acuerdo a lo antes mencionado se entiende que el turismo académico puede considerarse como una tipología turística y define como turistas a los estudiantes que se trasladan de su residencia a otro lugar para cursar sus estudios de nivel superior o de idiomas, quienes a su vez se correlacionan con la sociedad de dicho lugar geográfico al cual se desplazan, manteniendo un dinamismo en el intercambio cultural.

Martínez, Pereira y Pawlowska (2013), dentro del turismo internacional e interno hacen referencia al turismo académico internacional y doméstico puesto que los estudiantes pueden movilizarse tanto dentro como fuera del país con fines educativos.

Para Soto (2012), “el turismo académico es una tipología turística contemporánea, que ha emergido debido al aumento de los desplazamientos de estudiantes en el mundo actual efecto de la internacionalización de la educación superior”, (p. 55). Por lo que, su principal motivación es la formación académica y teniendo como motivaciones secundarias las visitas turísticas a atractivos que se encuentren en el destino visitado.

Por lo tanto, se puede definir al turismo académico como el traslado que realizan las personas (estudiantes) de un lugar a otro (distinto al habitual), con la finalidad de adquirir conocimientos académicos, enriquecer su cultura y ampliar sus horizontes intelectuales, durante este traslado o desplazamiento adicionalmente se pueden desarrollar actividades de ocio y recreación, al mismo tiempo que se facilita la participación de los turistas en las actividades propias del espacio geográfico al cual se han desplazado, mencionando anticipadamente que dichas actividades académicas deben realizarse durante una estancia menor a un año.

1.1.3 Características del turismo académico

Martínez, Pereira y Pawlowska (2013), mencionan que el turismo académico tiene peculiares características las cuales le permiten diferenciarse de otros tipos de turismo, como por ejemplo:

- El tiempo de estadía es más prolongado de lo habitual.
- El consumo de bienes y servicios es semejante a los consumidos por la población residente.
- El tipo de alojamiento que utilizan este tipo de turistas, por lo general son los pisos de alquiler y no son necesariamente cuartos de hotel.
- Producen un impacto directo sobre la economía local del lugar a donde se desplazan los turistas.
- El rango de edad promedio de las personas que realizan este tipo de turismo generalmente fluctúa en un rango de 20 a 25 años.
- Durante su estadía los estudiantes realizan visitas turísticas a otras localidades cercanas a su lugar de residencia temporal.

1.1.4 Importancia del turismo académico

De acuerdo Altamira y Muñoz (2017), refieren que el turismo es considerado como fuente importante de ingresos económicos para muchas comunidades, pueblos y países, por los niveles de gasto que realizan los turistas, además es considerado como un fenómeno social puesto que el desplazamiento que realizan las personas por turismo provoca diferentes efectos en la sociedad local.

Pawlowska y Martínez (2009), mencionan que el turismo académico cumple un papel importante en las ciudades que son reconocidas por su alto nivel académico ya que la movilidad de dichos turistas causa efectos y aportaciones en la sociedad, entre estos se consideran los siguientes:

- Cooperación entre las instituciones educativas de diferentes países.
- Fomentación de la movilidad estudiantil.
- Desarrollo de varios tipos de programación de intercambios.
- Aporte económico a la comunidad local.
- Aumento del consumo de bienes domésticos.
- Promueve inversiones en bienes e infraestructuras para la oferta de productos y servicios para satisfacer la demanda turística.



1.1.5 Antecedentes del turismo académico

El turismo académico es una tipología de turismo, la cual surge de los orígenes del hombre y su motivación por desplazarse (caza, religión, comercio, ocio, entre otros). Por lo que se ha ido desarrollando poco a poco, ha alcanzado gran importancia por su impacto en una determinada zona, en ámbitos económicos, sociales, etc. A tal punto se ha desarrollado la actividad turística que ha llegado a ser considerada como un fenómeno (Sancho, 2011).

Desde la antigua Babilonia, se han registrado viajes con diversos fines, por ejemplo, en la Odisea los griegos tenían el afán de acudir con frecuencia a fiestas de carácter religioso que se efectuaban en ciudades como Atenas, Delfos, Corinto y Olimpia, donde se realizaban actividades como competencias atléticas, carreras, concursos, entre otras (Acerenza, 2006).

Durante el auge del Imperio Romano los viajes se emprendían con el objetivo de visitar villas vacacionales, templos y santuarios, por motivos culturales, ocio y reflexión. A inicios del siglo XVI y hasta mediados del siglo XIX, dichos viajes fueron conocidos con el nombre de *Grand Tour* (Sancho, 2011).

El turismo académico no era conocido como tal en dicha época, el término fue tomando forma y reconocimiento a partir del siglo XVI, dado que los jóvenes de la nobleza inglesa realizaban viajes por el continente europeo con el objetivo de “complementar y fomentar sus conocimientos y ganar, así, experiencia personal”. Los viajes por este motivo se fueron tornando normales, y alcanzaron gran popularidad entre los jóvenes de la alta sociedad, quienes se desplazaban con el objetivo de “adquirir en el continente una apreciación creciente de las artes y de la sociedad civilizada y retornar para enriquecer a su propio país”, esto a su vez, permitiría que al regresar a sus localidades pudieran aportar a su sociedad lo aprendido en su viaje y plantearse recibir visitantes como lo hacían otros países (Acerenza, 2006).



Posiblemente el hecho más significativo, que dio el gran paso para el turismo y que marcó un proceso diferencial desde los antiguos desplazamientos familiares de descanso, de conocimiento y aprendizaje, hacia el turismo moderno fue el viaje sin fines de lucro organizado por Thomas Cook en 1841, cuando llevó a cabo “la idea de alquilar un tren para transportar a 570 personas, en un viaje que recorrería una distancia de 22 millas entre las ciudades de Leicester y Loughborough, para asistir a un congreso anti alcohol que organizaba la Sociedad de Temperancia de Inglaterra” (Acerenza, 2006).

Cabe mencionar que para ese entonces las personas adquirirían los servicios para su viaje por separado y sin una organización previa, por lo que muchas veces su movilización se realizaba a pie o mediante el tren dependiendo de la ruta, fue aquí donde Thomas Cook decidió ponerse en contacto con el secretario de la empresa ferroviaria Midland Counties Railway Company para el alquiler de un servicio de transporte que hasta el momento no se había realizado.

Dicho evento motivaba a las personas a mantenerse en la abstinencia del consumo de alcohol y enseñaba sobre las desventajas que producía el alcohol dentro del organismo. Estos eventos tuvieron gran acogida, por lo que alcanzaron popularidad en toda Inglaterra extendiéndose hasta los Estados Unidos, por lo que Cook organizó durante los próximos cuatro años la movilización de estos grupos. Se puede decir que este es el primer viaje organizado en el que las personas se movilizaban para la obtención de conocimiento.

Para el año 1845 Cook diseñó el primer viaje con fines financieros conocido como *round trip*, a partir de este momento Cook es reconocido como organizador de excursiones a tiempo completo, dando los primeros lineamientos del turismo que conocemos en la actualidad (Acerenza, 2006).

Para las décadas comprendidas entre de los 50's y los 80's los viajes a nivel internacional fueron tomando mayor impulso al incrementarse la accesibilidad a

los mismos, beneficiados por la revolución industrial, adaptación de nuevas tecnologías y procesos de desarrollo social (aparición del avión, las vacaciones pagadas, mayor nivel de renta disponible en las familias, implementación del tiempo libre en los periodos laborales), por lo que movilizarse de un lugar a otro ya no representaba un problema, y los desplazamientos desarrollados por diferentes motivaciones se volvieron más comunes y hasta representaban un sinónimo de estatus social, consiguiendo un crecimiento ininterrumpido a lo largo del tiempo. A nivel local los viajes también crecieron por la aparición del automóvil, barcos a vapor, ferrocarriles entre otros medios de transporte, incrementando el traslado tanto a nivel individual como colectivo (Sancho, 2011).

Desde entonces el turismo ha desarrollado grandes avances en cuanto a la prestación de servicios y la creación de diversidad de productos, en base a la demanda y al tipo de mercado.

De esta manera el turismo académico toma fuerza buscando satisfacer las necesidades de un mercado generalmente joven, que busca desplazarse por razones académicas o de enriquecimiento cultural, ocasionando que cada vez sea mayor el número de países y ciudades que se preparan para la acogida de estudiantes de nivel superior.

Entre los principales focos de recepción de turistas se encuentran las universidades, escuelas de español, entre otras instituciones educativas de diversa índole y nivel académico, esos establecimientos o instituciones presentan ofertas académicas de formación, cursos para el aprendizaje de una segunda lengua extranjera, etc. En la actualidad los principales países o destinos de turismo académico o de educación son los países como Australia, Canadá, Francia, Italia, Japón, Sudáfrica, China, Corea del Sur y Nueva Zelanda, según Bermúdez (2015), citando a la Unesco se indica que las estadísticas mundiales para el año 2001 el turismo académico movilizó cerca de dos millones de estudiantes, en el 2005 creció a 2.7 millones, y para el 2010 la cifra llegó a 3.5 millones.

La demanda principal del turismo académico corresponde a las regiones de Asia Oriental, América del Norte y Europa Occidental, los países con menor volumen de desplazamientos son Asia Meridional y Occidental, América Latina y El Caribe, Asia Central, África Subsahariana y los Estados Árabes. En el caso de los países menos visitados, las diferentes instituciones educativas y universidades han planificado e implementado programas atractivos de estudios, con la finalidad de internacionalizar la educación en su región, además de esforzarse para alcanzar los más altos estándares internacionales de educación, y de esta manera presentar una oferta más atractiva para los estudiantes (Bermúdez, 2015).

1.1.6 Turismo académico en el Ecuador

Para hablar del turismo académico en el Ecuador debemos remontarnos a la época colonial, donde se podría hablar de una modalidad de turismo desarrollada entre el siglo XVI hasta el siglo XIX, puesto que es aquí donde las clases sociales se ven claramente marcadas y delimitadas, dando lugar al surgimiento de personajes filantrópicos o mejor conocidos como benefactores quienes auspiciaban o patrocinaban financieramente los viajes principalmente para la preparación académica, artística, científica de sus apadrinados. Como se puede mencionar el caso de Pedro Vicente Maldonado, quien fue un importante científico ecuatoriano que juntamente con la Misión Geodésica Francesa recorrieron varios lugares del Ecuador como Yaruquí, Tarqui, Guayaquil, Babahoyo, Amazonía, entre otros, realizando aportes a la ciencia y al turismo con excursiones científicas y viajes motivados por la curiosidad. Para finales del siglo XIX e inicios del siglo XX con el auge del cacao, los hijos de los hacendados y de gran poder adquisitivo eran enviados a Francia para estudiar y adquirir conocimientos tales como arquitectura, dichos detalles de construcción se pueden evidenciar con el toque francés en las edificaciones patrimoniales en la ciudad de Vinces, (Caiza y Molina, 2012).

Para el año de 1883 surgen instituciones educativas en el Ecuador con el objetivo de promover un tipo de enseñanza cultural, idiomática y académica



como la Alianza Francesa, organización internacional que fue la primera institución ubicada en la ciudad de Quito, y contando luego con centros distribuidos en Guayaquil, Portoviejo, Loja y Cuenca, (Campoverde, 2015).

Caracterizándose el país por tener una alta valoración académica nacieron instituciones como:

- El Instituto Goethe (1951) del gobierno alemán con 136 centros distribuidos en 93 países, en el Ecuador existen dos centros ubicados en las ciudades de Quito (Asociación Humboldt- Goethe Zentrum) y Guayaquil (Centro Cultural Ecuatoriano-Alemán).
- La Universidad de Cuenca (1952) con el Instituto Universitario de Lengua, que junto a diferentes facultades brindan intercambios académicos.
- Instituto Cervantes (1991) centro del idioma español en la ciudad de Quito.
- Programa European Community Action Scheme for the Mobility of University Students (1987) con su acrónimo Erasmus, es una asociación que hasta la fecha ha permitido la movilización de más de 3 millones de estudiantes para su formación en educación superior y en formación profesional de grado superior.
- Instituto Superior de Español (1988) conocida con sus siglas ISE brinda cursos de español en las ciudades de Quito, Otavalo, el Coca y Galápagos.
- Academia Bipos (1988), dedicada a la enseñanza del idioma español, ubicada en la ciudad de Quito.

1.2 Análisis F.O.D.A de la ciudad de Cuenca como destino de turismo académico de nivel superior

El análisis F.O.D.A proviene del acrónimo en inglés SWOT, el cual consiste en evaluar factores externos (Oportunidades y Amenazas) e internos (Fortalezas y Debilidades) que afectan o benefician al objeto de estudio, permitiendo obtener

como resultado diferentes perspectivas del mismo. Por lo que, para la presente investigación se utiliza la Matriz FODA, presentada a continuación:

Tabla 1.
Matriz FODA

FORTALEZAS (INTERNO)	DEBILIDADES (INTERNO)
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente red vial. • Diversidad patrimonial natural y cultural. • Área protegida del Cajas. • Infraestructura adecuada para la acomodación de turistas. • Gastronomía típica. • Clima favorable. • Ciudad atractiva para la fácil adaptación de los estudiantes de intercambio. • Universidades e Instituciones de prestigio que mantienen convenios internacionales. • Calidad de oferta turística académica. • Implementación de tecnologías que permiten a los turistas tener información al alcance e inmediato. • Renovación constante de Convenios internacionales por parte de los centros académicos de la ciudad • Instituciones con personal profesional y comprometido con su trabajo. • El acento del español que se habla en la ciudad de • Cuenca es diferente al acento que utilizado en otras provincias del Ecuador y países sudamericanos por lo que los estudiantes se les hace más fácil comprender el español. • Oferta académica variada y de calidad. • Existencia de Instituciones Públicas (Universidad de Cuenca) y Privadas (Fundación CEDEI) que permiten a los estudiantes de intercambio realizar sus estudios a costos bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de conectividad con las demás ciudades y provincias, vías que la conectan con otras ciudades se encuentran en rehabilitación, construcción o mantenimiento. • Aeropuerto con precios altos para destinos como Guayaquil y Quito. • Carencia de recursos económicos para el incremento de personal en Instituciones académicas de carácter público. • Falta de proyectos que permitan a los estudiantes de las diferentes instituciones académicas implementar rutas para dar a conocer la ciudad a los estudiantes extranjeros. • Falta de financiamiento económico para la implementación de proyectos innovadores de aprendizaje. • Falta de nuevos métodos de promoción académica en niveles públicos y privados. • Falta de un sistema de seguimiento y control parte de las diversas Instituciones académicas a los alumnos una vez terminados sus estudios. • Falta de organización y logística en los itinerarios sobre los viajes de orientación que brindan ciertas escuelas de español. • Existencia de freelance que trabajan de manera informal en la ciudad y que ofrecen sus servicios a menor costo.
OPORTUNIDADES (EXTERNO)	AMENAZAS (EXTERNO)
<ul style="list-style-type: none"> • Alta afluencia de turistas a la ciudad de Cuenca, según el Grupo de Investigación en Economía Regional (2017), indicó que en el año 2017 ingresaron a la ciudad 980.321 turistas de los cuales 196.879 fueron extranjeros. • Reconocimiento a Cuenca como una ciudad turística a nivel internacional. • Recuperación de la crisis económica mundial que ha afectado fuertemente a la Unión Europea, por lo que los visitantes de estos países tienen mayor poder adquisitivo en Latinoamérica. • Surgimiento de nuevas potencias económicas como China, con gran poder adquisitivo, donde se podría gestionar esta clase de turismo. • Valerse de la actualidad de la música latina para incentivar el turismo académico idiomático. • Crecimiento de nuevos nichos de mercado como son: turismo académico, científico e idiomático. • Baja tasa de inflación que permite realizar planes a los turistas a largo plazo. • Políticas, leyes, normativas y reglamentos que incentivan a los estudiantes realizar intercambios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una desmedida acogida de turistas puede generar una aculturación en la población local. • Ausencia de un ente regulador de las escuelas de español de la ciudad. • Falta de coordinación entre organizaciones públicas. • Ofertas académicas similares en las ciudades de Quito y Guayaquil. • Inexistencia de un aeropuerto internacional. • Altos costos de visado estudiantil en comparación con los países de Colombia (\$15) y Perú (\$21). • Falta de programas de concientización por parte de las autoridades locales hacia la ciudadanía cuencana en materia de turismo receptivo para la aceptación, buscando evitar que el incremento de turistas ocasione una pérdida de valores culturales o un maltrato hacia el turista. • Alta competitividad académica a bajo costo en países como Perú y Colombia. • Falta de promoción sobre el turismo académico por parte del Ministerio de Turismo.

Autor: López Yupa Jonnathan Paúl



3 Análisis del macroentorno de Cuenca como destino de turismo académico de nivel superior

1.3.1 Análisis de los factores económicos

Desde el año 2015 hasta la actualidad la industria del turismo se ha mantenido en constante evolución y crecimiento, una prueba de ello es que en el año 2015 el Ecuador registró una movilización de 6.3 millones de viajes con un gasto total de \$531.2 millones de dólares, continuando como la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, (Ministerio de Turismo, 2017).

La Corporación Financiera Nacional (2017), reporta que la actividad turística representó el 1,6% del PIB ecuatoriano, siendo que las ciudades con mayor aporte fueron Quito con el 32,95% de los ingresos, Guayaquil con el 28,52%, Galápagos con el 7,33%, Cuenca con el 4,73% y la provincia de Manabí con el 4,14%.

- En la ciudad de Cuenca se ha observado un crecimiento económico gracias a la actividad turística, la cual es impulsada por las autoridades competentes, como por ejemplo: la Alcaldía, la Prefectura y el Ministerio de Turismo; además, la gran acogida de turistas nacionales e internacionales se debe también a varios factores económicos, como la baja inflación del país en referencia a otros países latinoamericanos, la tasa de empleo y desempleo nacional; cifras que indican resultados alentadores para la economía cuencana, como se puede observar en los siguientes indicadores, (Banco Central del Ecuador y el Instituto Nacional de Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2018):
- La tasa de empleos relacionados con el turismo en la ciudad y el país, aunque no tienen porcentajes de crecimiento significativos, han presentado un crecimiento, puesto de solamente en el año 2017 se incorporaron más de 470.000 personas a nivel nacional para este tipo de



actividad. (Banco Central del Ecuador y el Instituto Nacional de Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2018)

- La tasa de desempleo, con respecto al mes de diciembre del año 2017 fue de 4,6% a nivel nacional, la cual es una cifra más baja en comparación al mismo mes del 2016, en donde fue de 5,2%; siendo notoria una reducción de 0,6 puntos porcentuales, esto permite que la población tenga mayor poder adquisitivo y por lo tanto la posibilidad de realizar turismo. En la ciudad de Cuenca se registró un crecimiento en el desempleo, el cual subió del 4,8% al 5,6%, dicho incremento puede atribuirse a varios retrasos de obras de construcción que afectan a la producción económica de varias zonas principales de la ciudad, las cuales han influido en la población general, pero principalmente sobre comerciantes y servidores turísticos de las zonas, aledañas a las obras; pese a este crecimiento en la tasa de desempleo, la ciudad de Cuenca está dentro de las cinco ciudades con menores índices del país. (Banco Central del Ecuador y el Instituto Nacional de Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2018). Esto influye en general a su desarrollo y nivel de vida, por lo que es la imagen que reflejará para el turismo académico.

Además, una de las principales amenazas competitivas con las que enfrenta el Ecuador con relación a los países que aún mantienen su moneda nacional (Perú o Colombia) es una clara desventaja económica, puesto que el país al mantenerse en una economía dolarizada no será la primera opción para los estudiantes extranjeros, puesto que buscan siempre un país que les ofrezca una educación de alta calidad a un bajo costo y con mayores ventajas al momento de planificar donde elegir su inversión académica, por lo que estudiar en nuestro país puede resultar a los estudiantes un poco más costoso en relación con los otros países con monedas propias. Así también se puede mencionar que, al mantener la dolarización, los profesores de países donde su moneda también es el dólar y que deseen prepararse en centros académicos

de nuestro país, no tendrán una gran disminución en sus gastos, restando competitividad en la oferta nacional del turismo académico.

1.3.2 Análisis de los factores socioculturales

La ciudad de Cuenca cuenta con una gran riqueza patrimonial y cultural tangible e intangible, por lo que ha obtenido un aproximado de 17 reconocimientos turísticos durante los últimos ocho años (El Comercio, 2017); además de contar con un gran reconocimiento internacional, cuando fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 1999, dicho reconocimiento fue otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO); además de tener un reconocimiento por el Parque Nacional Cajas, el mismo que fue catalogado como Reserva de Biósfera.

La gran diversidad de atractivos turísticos que componen a la ciudad ha permitido el crecimiento y evolución del turismo, puesto que los bienes tangibles e intangibles han logrado que Cuenca llegue a obtener un gran reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional. Entre dichos bienes tangibles están las edificaciones patrimoniales, ruinas arqueológicas, plazoletas, iglesias, museos, mercados, entre otros; mientras que entre los bienes intangibles se destacan las costumbres y tradiciones, saberes ancestrales, fiestas tradicionales, su religiosidad y su gastronomía (Municipalidad de Cuenca, 2011).

De acuerdo a un estudio realizado por el Grupo de Investigación en Economía Regional (2016), el cual estuvo dirigido por la Fundación Turismo para Cuenca, el número referencial de turistas que ingresaron a la ciudad en el año 2016 fue de 49.120, de los cuales el 18% (8.840 personas) fueron estudiantes, dándose que la mayoría no procedía de un programa de intercambio, ni se interesó en el aprendizaje del idioma español. Además, cabe mencionar que estos datos se obtuvieron mediante los informes realizados por los centros de Información

Turística (ITUR) de los turistas o visitantes que llegaron a estos lugares, por lo que no todos se registraron.

Según la última encuesta de percepción ciudadana sobre el turismo, realizada por el Colectivo Cuenca Ciudad para Vivir (2016), señala que el pensamiento de la población cuencana hacia los turistas que visitan la ciudad es de buena aceptación, teniendo un porcentaje del 66%; mientras que un porcentaje del 5% indican que es mala, además cuando se encuestó a la población sobre su grado conformidad sobre los accesos que tienen los extranjeros en la ciudad el 42% indicaron que la actividad turística no dificulta el acceso de los residentes locales a los lugares turísticos. Así también se puede mencionar en cuanto a los beneficios brindados a la localidad se evidencia la generación de nuevas plazas de trabajo y se fomenta el intercambio de cultural.

De acuerdo a varias entrevistas realizadas por el Periódico el Telégrafo (2013), se indica que varios estudiantes que llegan a la ciudad por temas académicos tienen dificultades en aspectos del aprendizaje del idioma, también presentan dificultades con respecto a la comida, en especial la comida típica, en particular la degustación de cuy asado; otras dificultades que refieren los estudiantes extranjeros es el acoplamiento al sistema de transporte público, puesto que la falta de conocimiento de las tarifas o las rutas ocasiona que estos prefieran utilizar otros medios de transporte, como bicicletas, taxis o en ocasiones pueden llegar a realizar caminatas con tal de dirigirse a los atractivos cercanos; además se ha notado que los estudiantes extranjeros presentan ciertas molestias ante los cambios repentinos del clima.

A causa del incremento en la llegada de estudiantes extranjeros a la ciudad se han empezado a desarrollar actividades de aprendizaje o también llamados conversatorios gratuitos, en los cuales los cuencanos son participes conjuntamente con los estudiantes, contando anécdotas, compartiendo lecturas en inglés y en español, entre muchas otras actividades, todo esto con la finalidad de permitir un enriquecimiento cultural para las personas de los diferentes países involucrados.

1.3.3 Análisis de los factores político legales

La matriz productiva del Ecuador se encuentra conformada por 14 sectores productivos, incluido el turismo, los cuales son coordinados a través de la Secretaría de Planificación y Desarrollo (SENPLADES); dicha entidad ha implementado planes estratégicos hacia el turismo con el enfoque de fomentar y permitir un mejor desarrollo de las actividades turísticas y complementarias. Además, al ser la actividad turística parte del sector productivo, el Gobierno ha implementado planes de desarrollo con la finalidad de mejorar la infraestructura aeroportuaria, brindar un buen estado de las redes viales (primer y segundo orden), seguridad jurídica, entre otros; conjuntamente con la creación de programas para el cambio de matriz productiva a través de entidades bancarias que permitieron que los sectores puedan crecer, por tal motivo la tendencia del crédito para el sector turístico ha aumentado en un 27,6%, teniendo un aporte del 20% por parte de las Instituciones financieras públicas para el financiamiento de emprendimientos dirigidos al turismo (Corporación Financiera Nacional, 2017).

En cuanto al apoyo que brinda el Gobierno a los estudiantes extranjeros, se debe recalcar que este se realiza mediante las instituciones educativas públicas dando la facilidad de obtener una visa de estudiante mediante el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (2018), dicha entidad brinda el asesoramiento a los estudiantes extranjeros para que estos puedan cumplir con los requisitos necesarios para la obtención de visa, además, esta institución brinda la facilidad para que el estudiante pueda realizar su trámite una vez que esté en el Ecuador, sin preocupaciones de no poder continuar con sus estudios.

Cabe mencionar que el Ecuador no solicita una visa a los extranjeros de la gran mayoría de países para su ingreso, entre estas excepciones están ciertos países como Afganistan, Blangadesh, Cuba, Corea, Eritrea, Etiopia, Kenia, Nepal, Pakistan, Somalia, Senegal, entre otros. En cuanto al tiempo de estadía dentro del país, este puede ser de 90 a 180 días con fines turísticos, pero en



casos de requerir una estancia durante un mayor periodo los usuarios deberán obtener una visa según el motivo, ya sea de funcionarios diplomáticos, asilo, trabajo, estudio, religiosos, intercambio cultural, actos de comercio, etc. (Castillo, 2011).

En el año 2016 el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana informó que para promover el intercambio cultural entre países se redujeron el costo de las visas para grupos sensibles, como lo son la visa de estudiantes que pasó de \$400 a \$100, la visa de religiosos, misioneros y voluntarios de \$400 a \$200, etc.; dichos grupos son considerados como un aporte positivo de migración al país puesto que benefician económica y culturalmente a la población. En comparación con los países como Perú y Colombia el costo de la visa estudiantil en el Ecuador sigue siendo alto, puesto que el precio de este tipo de visa en estos países es de \$21 USD y \$15 USD respectivamente (Migraciones Superintendencia Nacional Perú, 2018) (Cancillería de Colombia, 2018). Este factor se convierte en una amenaza y una gran desventaja, puesto que los estudiantes pueden elegir un país que ofrezcan productos similares un menor costo.

De acuerdo a las garantías consagradas a los extranjeros que concede la Constitución Política de la República se encuentra el goce de los mismos derechos que los ecuatorianos, como por ejemplo al acceso universal y gratuito de la salud; el goce efectivo de los derechos tiene ciertas limitaciones, como la tarifa diferenciada para el ingreso de diferentes eventos o lugares específicos, (Castillo, 2011). A lo que respecta a los estudiantes extranjeros, estos pagarán tarifas mínimas por su educación, aunque en el campo de la salud tendrán gratuidad completa.

Según el Consejo de Educación Superior (2013), en el Art. 2 del Reglamento del Régimen Académico indica que es deber del Gobierno el promover y favorecer la movilidad nacional e internacional, especialmente de los estudiantes, con la finalidad de fortalecer la cultura y el intercambio con la comunidad; es por tal motivo que los principales países con los que el Gobierno



ha formado convenios académicos son: Cuba, Colombia, Alemania, México, Rusia, Perú, Italia, España, EE. UU, entre otros; siendo este último el que tiene un fuerte crecimiento en relación al ámbito académico y a los intercambios, contando con más de 3.600 estudiantes en Ecuador (Weinshenker y McInturff, 2014). Cada año el país abre nuevos convenios de intercambios académicos, además se brindan becas de formación profesional, incentivando a las universidades a mejorar en respecto a la calidad de educación y de oferta académica, así también el Gobierno ha creado convenios y programas, permitiendo de esta manera que los estudiantes desarrollen capacidades profesionales, lingüísticas y de vinculación con la cultura.

En cuanto a las Instituciones reguladoras de los centros de enseñanza a nivel nacional y local e intercambios se puede mencionar a las siguientes:

- El Ministerio de Turismo en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, que mediante el la Ley de Turismo, el Reglamento de Régimen Académico y la Ley Orgánica Superior autorizaran y aprobarán los programas educativos, culturales científicos, entre otros, que brindarían las Universidades, Institutos de Educación Superior y Técnica y centros de formación y profesionalización.
- La Asociación Ecuatorianos de Centros de Enseñanza de Español (AECEE).
- Centro de Estudios Internacionales.
- Centros de enseñanza del idioma español de la ciudad de Cuenca.

1.3.4 Análisis de los factores tecnológicos

La globalización de los mercados y el crecimiento de las nuevas tendencias de la información y comunicación permiten que los turistas tengan mayor facilidad para la planificación del viaje, obtención de información siendo las principales tendencias, el Internet, dispositivos y aplicaciones móviles, *Smart cities* (ciudades inteligentes), nuevos métodos de reservas y pago de servicios turísticos, entre otros. Convirtiéndose los factores tecnológicos en la principal



fuerza para el adecuado funcionamiento del turismo, democratizándose al alcance de todos sin importar su estatus social, permitiendo identificar de manera rápida los segmentos y nichos de mercados existentes. En el caso de los estudiantes extranjeros este tipo de herramientas permite optimizar su tiempo y pueden conocer mediante estas la oferta académica y cultural de instituciones existentes de las ciudades, servicios públicos, entre otros (Altamira y Muñoz, 2007).

En la ciudad de Cuenca, se encuentran trabajando conjuntamente ETAPA y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cuenca en el proyecto Cuenca ciudad digital, mostrando una ciudad moderna y atractiva para los turistas jóvenes; así mismo, dichas instituciones cuentan con proyectos de desarrollo de aplicaciones de interés colectivo para *smartphones*, lo cual permitirá una mayor facilidad de la obtención de información turística y soluciones en movilidad, transporte, seguridad, entre otros; además, la implementación de Wi-fi en los diferentes parques urbanos de la ciudad ha permitido que los turistas se sientan respaldados y tengan una sensación de confianza y seguridad en la ciudad (ETAPA, 2018).



CAPÍTULO II

OFERTA DE TURISMO ACADÉMICO EN LA CIUDAD DE CUENCA

El presente capítulo se enfoca en el estudio de los antecedentes del turismo académico en la ciudad de Cuenca y la oferta actual correspondiente a esta tipología de turismo en la ciudad, enfocando el análisis en las propuestas de la Universidades de Cuenca y la de la Universidad del Azuay, además, se incluye el estudio de los diferentes centros académicos de español ubicados en la ciudad, determinando de esta manera varios factores importantes de su operación mediante un análisis comparativo de casos.

La técnica de intervención que se utilizó fue de tipo cualitativo, motivo por el cual se analizaron varias instituciones mediante una búsqueda, recopilación y levantamiento de información a través de los datos de sus páginas web, investigación de campo y mediante la aplicación de entrevistas a los Directores y Coordinadores de las siguientes Instituciones:

- Universidad de Cuenca.
- Universidad del Azuay.
- Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln.
- Centro de Estudios Interamericanos (CEDEI).
- Estudio Sampere.
- Escuela de Español Amauta.
- Escuela de Español Simón Bolívar.
- Escuela de Español Yanapuma.

Las variables analizadas en las entrevistas permitieron obtener como resultado el estudio de la oferta académica en la ciudad de Cuenca (VER ANEXO N°1: ENTREVISTAS), mientras que las preguntas que se realizaron a las instituciones fueron enfocadas en obtener los siguientes datos:



- Datos generales.
- Misión y objetivos.
- Cursos ofertados.
- Costos.
- Servicios facilitados.
- Demanda de estudiantes.
- Seguimiento.
- Convenios con agencias turísticas.
- Procesos de admisión.
- Medios publicitarios.
- Convenios internacionales.

2.1 Antecedentes del turismo académico en Cuenca

El turismo académico en la ciudad de Cuenca se remonta hacia un periodo de 66 años aproximadamente, teniendo sus primeros registros en el año de 1952, cuando en la ciudad se internacionalizan instituciones académicas y centros de enseñanza; (Romero, 2012); destacándose los siguientes:

El Instituto Universitario de Lengua perteneciente a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Cuenca, que fue creada en el año de 1952, para el año 2012 se crea una dependencia, formándose la oficina de Relaciones Exteriores la misma que a través de convenios y programas internacionales han permitido el intercambio de estudiantes de diferentes países logrando relaciones y un reconocimiento internacional (Universidad de Cuenca, 2018).

El Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln, se funda en el año de 1957 gracias al apoyo de la Embajada de EEUU, se instala en la ciudad de Cuenca, registrándose en sus inicios aproximadamente 350 estudiantes, llegando a contar para el año de 1966 con su local propio (Abraham Lincoln Center, 2016).



El Centro de Estudios Interamericanos también conocida con sus siglas CEDEI, fundado en el año de 1992 por un grupo de profesores universitarios de EEUU, Perú y Ecuador, cuyo principal objetivo es el de intercambiar conocimientos entre culturas de los diferentes pueblos a través de la enseñanza y convivencia, así como el servicio a la comunidad (CEDEI, 2017).

El Estudio Sempere fue fundado en Madrid en el año de 1956, creando varias instituciones en Madrid, Alicante y Salamanca en España; en la Habana en Cuba; y Cuenca en Ecuador fundándose en el año de 1995, brindando su programa de español para extranjeros (Sempere, s.f).

La Escuela de Español Amauta fue constituida en el año 2000, siendo parte de la ciudad y de su oferta académica, contando con socios de varias universidades internacionales y escuelas secundarias, brindando estudios como: español, antropología, ecología e historia (Ecuadorian Association of spanish Language Centers, 2015).

La Escuela de Español Simón Bolívar, fundada en el año 1994 en la ciudad de Quito, por su crecimiento y gran acogida por estudiantes y personas extranjeras que requieren aprender del idioma español, en el año del 2005 se funda en la ciudad de Cuenca una sucursal coordinada bajo administración europea y ecuatoriana (Simón Bolívar Spanish School, 2017).

La Escuela de Español Yanapuma data del año 2006 instaurada la matriz en la ciudad de Quito que, debido a su alto reconocimiento académico y gracias a la gran acogida recibida por parte de los estudiantes extranjeros, se vieron motivados a inaugurar un centro de estudios en la ciudad de Cuenca en el año 2013 (Yanapuma Spanihs School, 2015).



2.2 Oferta de turismo académico en la ciudad de Cuenca

2.2.1 Tipos de productos de turismo académico ofertados en Cuenca

De acuerdo a la investigación de campo realizada y junto a la recopilación de información, se presenta a continuación, el detalle de la oferta de turismo académico de la ciudad de Cuenca:

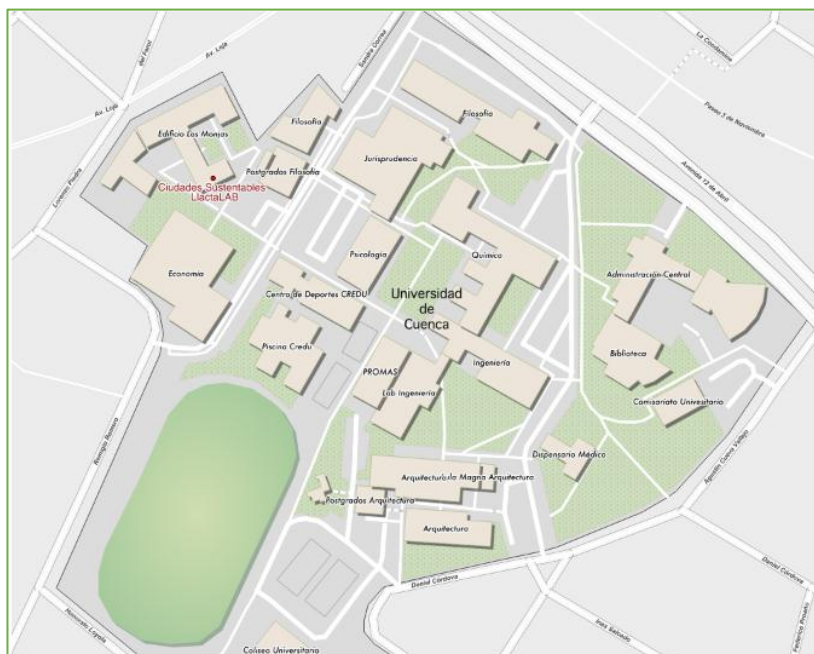
2.2.1.1 Universidad de Cuenca

a) Datos generales

La Universidad de Cuenca se encuentra ubicada en la Av. 12 de abril y Agustín Cueva, fue la primera universidad pública de la ciudad, fundada en el año de 1867, cuenta con 11 facultades y 52 carreras de pregrado, además de un Instituto Universitario de Lenguas y varios departamentos, entre los cuales se encuentran el de Admisión y Becas, Administración central, la Oficina de Relaciones Internacionales, entre otros; también cuenta con cinco campus en los cuales se encuentran distribuidas las diferentes facultades, siendo los siguientes:

- Campus Central.
- Campus Paraíso.
- Campus Balzay.
- Campus Centro Histórico.
- Campus Yanuncay.

A continuación, se presenta la micro-localización de las diferentes escuelas del campus Central de la universidad en la siguiente figura:



Fuente: Universidad de Cuenca. (2015) Ubicación de la Universidad de Cuenca. [Mapa]. Recuperado de: <http://lactalab.ucuenca.edu.ec/quienes-somos/contacto/>

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Misión: De acuerdo a la Universidad de Cuenca (2018), la misión de la Dirección de Relaciones Internacionales es “Promover activamente las relaciones internacionales e interculturales a través del entendimiento y enriquecimiento académico y cultural de la Universidad de Cuenca, facilitando el intercambio de personas e ideas”.

De acuerdo a la entrevista realizada al especialista que se encuentra a cargo del departamento de la oficina de Relaciones Internacionales de la Universidad,

Gustavo Guillén¹ (2018), refiere que este departamento nace como dependencia de la universidad en el año 2012. Antes de este tiempo no se contaba con ningún tipo de registro del ingreso de estudiantes extranjeros que llegaban a la universidad con la finalidad de realizar sus estudios o sus prácticas, puesto que entre las diferentes facultades no existía ninguna colaboración ni coordinación, además no existían convenios de movilidad, no se realizaban convocatorias abiertas, trabajos con las diferentes embajadas ni instituciones extranjeras; por lo que desde el año 2012 al crearse este departamento como una oficina independiente se ha logrado una movilidad estudiantil de manera más eficiente y mejor organizada.

c) Cursos ofertados

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro la oferta de la misma:

Tabla 2.

Oferta de turismo académico: Universidad de Cuenca

FACULTADES	CARRERAS
Arquitectura	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura
Artes	<ul style="list-style-type: none"> • Artes musicales • Artes visuales • Danza y teatro • Diseño gráfico • Diseño de interiores
Ciencias agropecuarias	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería agronómica • Medicina veterinaria y Zootecnia
Ciencias de la Hospitalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Hotelería • Licenciatura en Administración Turística • Turismo
Ciencias Económicas y administrativas	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de Empresas • Contabilidad y Auditoría • Economía • Ingeniería Empresarial • Marketing • Sociología
Ciencias Médicas	<ul style="list-style-type: none"> • Enfermería • Estimulación temprana en Salud • Fonoaudiología • Imagenología • Laboratorio Clínico

¹ Actual encargado del Departamento de Relaciones Internacionales de la Universidad de Cuenca.



	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina y Cirugía • Nutrición y Dietética • Terapia Física
Ciencias Químicas	<ul style="list-style-type: none"> • Bioquímica y Farmacia • Ingeniería Ambiental • Ingeniería Industrial • Ingeniería Química
Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Especialización de Filosofía, Sociología y Economía • Especialización de Historia y Geografía • Especialización de Lengua y Literatura y Lenguajes Audiovisuales • Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital • Ciencias de la Comunicación Social en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas • Matemáticas y Física • Ciencias de la Educación en la Especialización de Cultura Física • Educación General Básica • Cine y Audio Visuales • Educación Inicial
Ingeniería	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería Civil • Ingeniería en Sistemas • Ingeniería de Eléctrica • Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones
Jurisprudencia, Ciencias Políticas y Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho • Orientación Familiar • Trabajo Social • Género y Desarrollo
Odontología	<ul style="list-style-type: none"> • Odontología
Psicología	<ul style="list-style-type: none"> • Psicología Clínica • Psicología Educativa • Psicología Social
Instituto Universitario de Lenguas	<ul style="list-style-type: none"> • Español • Alemán • Francés • Italiano • Japonés

Fuente: (Universidad de Cuenca, 2017)

Autor: López Yupa Jonnathan Paúl

d) Costos

A los estudiantes que se encuentren interesados en realizar un semestre de estudios o prácticas pre-profesionales en cualquier carrera de las diferentes facultades con las que cuenta la Universidad, no se les cobra la colegiatura, por temas de convenio. En cuanto a los estudiantes que desean realizar un

intercambio académico y cuya institución no mantenga un convenio con la Universidad deben pagar una cuota de colegiatura de \$250 (Guillén, 2018).

e) Servicios facilitados

Los servicios que son facilitados por la Universidad son de alojamiento y alimentación, dichos servicios son brindados a través de personas vinculadas o no a la universidad; mismos que antes de ser ofrecidos tienen un riguroso proceso de evaluación para garantizar la calidad de los mismos, evaluándose los siguientes parámetros:

- Cercanía del lugar de residencia temporal con la facultad.
- Ambiente del hogar cuencano.
- Que tan cercana es la familia con la cultura cuencana.
- Muebles de la habitación.
- Tipos de habitaciones, entre otros aspectos.

La Universidad cuenta con 37 familias anfitrionas, 13 casas para estudiantes totalmente amobladas, 47 departamentos, además de contar con el apoyo de varias casas y hoteles en la ciudad de Macas (Guillén, 2018).

f) Demanda de estudiantes

En cuanto a la movilidad entrante de la Universidad, Guillén 2018, manifiesta que existe aproximadamente un flujo de 350 a 400 estudiantes extranjeros por año, la institución cuenta con una demanda del 50% de estudiantes de los siguientes países:

- Alemania.
- Bélgica.
- España.
- México.
- Argentina.

Mientras que el otro 50% son de estudiantes provenientes de Estados Unidos, los cuales se acogen a programas específicos y de corta duración. Las principales Facultades que mayor acogida han tenido son: Ciencias Médicas, Ciencias de la Hospitalidad, Ciencias Económicas, y en menor porcentajes se encuentra en las demás facultades. Además, cabe mencionar que el periodo de mayor afluencia es de septiembre a febrero, esto se debe a que en la mayoría de países las estaciones climáticas se encuentran en temporadas de frío, mientras que el periodo de menor acogida es de marzo a agosto puesto que la estación climática en la que se encuentran en verano. En cuanto a la movilidad saliente se puede mencionar que la institución cuenta con cifras muy bajas como entre 15 a 20 estudiantes por año (Guillén, 2018).

g) Seguimiento

En cuanto al seguimiento que se da a los estudiantes extranjeros una vez que han ingresado a la Universidad, se lleva a cabo un proceso que busca estar al tanto de la situación de los estudiantes durante su estadía en la ciudad, dicho seguimiento termina una vez que los estudiantes hayan finalizado su periodo de estudio; motivo por el cual es emitido un informe, mismo que es enviado adjunto a su certificado de calificaciones y una pequeña encuesta en la que se mide la calidad sobre los procesos, la infraestructura, la satisfacción académica, los docentes, además se solicita a los estudiantes que compartan una experiencia sobre su estadía y las actividades que les gustó realizar en su visita a la ciudad y su proceso de estudio (Guillén, 2018).

h) Convenios con agencias turísticas

La Universidad de Cuenca al ser una Institución Pública, se somete a leyes rígidas que no buscan lucro ni agencias que tengan dicha motivación por lo que no cuenta convenios con agencias turísticas, pero si mantiene convenios con la Agencia DAAD de Alemania y Campus France, Education USA, Instituciones que trabajan conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores y europeas, el Ministerio de Educación Superior y el Centro de Investigación de

Francia, por lo que se envía a dichas agencias convocatorias para la promoción de las ofertas académicas y de prácticas pre-profesiones con la finalidad de tener mayor alcance internacionalmente (Guillén, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en la Universidad de Cuenca deben cumplir con los siguientes requisitos:

Tabla 3.

Requisitos para la solicitud de admisión

Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> • Ser estudiante regular de pregrado de alto desempeño académico. • Haber aprobado al menos la mitad de su plan de estudios en su universidad de origen. • Formulario de aplicación • Carta de motivación para realizar el intercambio • Carta de postulación desde su Universidad de Origen. • Carta de recomendación de un docente del área técnica de su carrera. • Expediente académico. • Curriculum Vitae. • Certificado de conocimiento de español B2. • Copia a colores del pasaporte. • Foto digital, con fondo blanco.

Fuente: (Universidad de Cuenca, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

j) Medios publicitarios

La Universidad utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 4.

Medios Publicitarios de la Universidad de Cuenca

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram. • Página Web: www.ucuenca.edu.ec
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> • Universidades que están dentro del convenio. • Mediante la impartición de charlas sobre el intercambio estudiantil en las diferentes Facultades de la Universidad. • Agencias académicas internacionales.

Fuente: (Guillén, 2018)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

López Yupa Jonathan Paúl

Además, la Universidad de Cuenca se promociona a través de su escudo el mismo que se presenta a continuación:



Figura 2. Escudo de la Universidad de Cuenca

Fuente: Universidad de Cuenca (2017). Escudo de la Universidad de Cuenca. [Imagen]. Recuperado de: dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5344/5/escudo.jpg

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

k) Problemática

Gustavo Guillén (2018), menciona que la inversión pública que se ha dado en la actualidad a la educación integradora, es escasa; por lo que por parte de los fondos del sector público se deberían destinar a promover una mayor movilidad saliente de nuestros estudiantes hacia el extranjero, ya que este aspecto la Universidad de Cuenca cuenta con muy pocos estudiantes que se encuentran motivados en realizar un intercambio académico. Se debería buscar la creación de mejores panoramas de interculturalidad, además de seguirse ejemplos exitosos de países vecinos que, a pesar de tener problemas políticos y sociales, han logrado establecerse como iconos en la educación, la interculturalidad y que son sinónimo de una gestión viable, de esta manera se incrementaría el volumen de estudiantes ecuatorianos buscando el enriquecimiento del aprendizaje cultural e intelectual.

2.2.1.2 Universidad del Azuay

a) Datos generales

La Universidad del Azuay nace en el año de 1968 con el nombre de: Universidad Católica Santiago de Guayaquil en la Ciudad de Cuenca,

López Yupa Jonathan Paúl

posteriormente tomó el nombre de la Universidad del Azuay. Esta universidad propone ser un espacio de intercambio académico mediante el Departamento de Relaciones Internacionales, el cual tiene un año y medio de funcionamiento, mismo que se encuentra encargado de la organización y planificación de los programas de intercambio y convenios (Universidad del Azuay, 2017).

La Universidad del Azuay se encuentra ubicada en la Av. 24 de mayo y Hernán Malo, en el siguiente mapa se presenta la micro-localización de la Universidad.

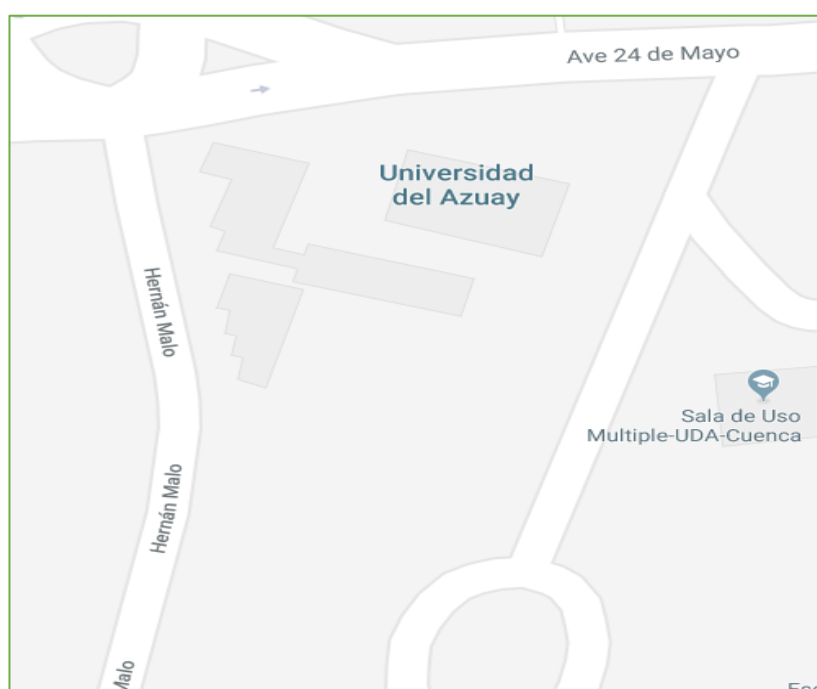


Figura 3. Micro – localización de la Universidad del Azuay

Fuente: Universidad del Azuay. (2017) Ubicación de la Universidad del Azuay. [Mapa]. Recuperado de: <https://www.uazuay.edu.ec/detalle-prensa/22053>

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b) Misión y Objetivos de la Dirección de Relaciones Internacionales

Misión: De acuerdo a la Universidad del Azuay (2017), la misión de la Dirección de Relaciones Internacionales es: “Brindar todo el apoyo necesario a aquellos estudiantes extranjeros que estudian o desean estudiar en la UDA para completar sus procesos de inscripción y matrícula; además de ofrecer asesoría en temas personales como hospedaje”.



Objetivos: Dentro de sus objetivos la Universidad del Azuay (2017), se encuentran:

- Gestionar y promocionar los distintos programas de intercambio con universidades extranjeras, tanto para estudiantes como para profesores y personal administrativo.
- Buscar el establecimiento de convenios y acuerdos con universidades, centros de investigación e instituciones de apoyo académico extranjeras; al tiempo que intentan mantener activos los convenios y acuerdos vigentes.
- Brindar todo el apoyo necesario a aquellos estudiantes extranjeros que estudian o desean estudiar en la UDA para completar sus procesos de inscripción y matrícula; además de ofrecer asesoría con temas personales como hospedaje.

c) Cursos ofertados de la Universidad del Azuay

La Universidad del Azuay cuenta con seis facultades y 28 carreras de pregrado, además de una Unidad de Idiomas y varios departamentos, entre los cuales se encuentran el de Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado de Investigaciones, Decanato Administrativo Financiero, Departamento de Relaciones Internacionales, entre otros; continuación, se presenta la oferta académica distribuida en las diferentes facultades, siendo las siguientes:

**Tabla 5.**

Oferta académica de la Universidad del Azuay

FACULTADES	CARRERAS
Ciencias de la Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de empresas • Contabilidad y auditoría • Economía • Ingeniería de Sistemas • Mercadotecnia
Ciencia y Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Biología. Ecología y Gestión • Ingeniería Civil y Gerencia de Construcciones • Ingeniería de Alimentos • Ingeniería de la Producción y Operaciones • Ingeniería Electrónica • Ingeniería en Mecánica Automotriz • Ingeniería en Minas
Ciencias Jurídicas	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho • Estudios Internacionales
Diseño, Arquitectura y Arte	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura • Arte Teatral • Diseño de Interiores • Diseño de Objetos • Diseño Gráfico • Diseño Textil y Moda
Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación social • Educación Básica y Especial • Educación Inicial • Psicología Clínica • Psicología Educativa Terapéutica • Psicólogo (a) Organizacional • Turismo
Medicina	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina
Departamento de Idiomas	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés • Italiano

Fuente: (Universidad del Azuay , 2017)**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl**d) Costos de los cursos ofertados**

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio por un programa anual o semestral en la Universidad del Azuay, deberán pagar sus derechos de matrícula ordinaria en la Universidad de origen, mientras que el transporte, estadía y demás gastos personales correrán por parte del estudiante, se debe recalcar que los costos dependerán según la carrera que el estudiante escoja (Universidad del Azuay, 2017).

López Yupa Jonathan Paúl



e) Servicios facilitados por la Universidad del Azuay

El servicio que facilita la Universidad a los estudiantes que ingresan por intercambio es el de alojamiento, por lo que la universidad cuenta con suites, apartamentos en alquiler, casas para estudiantes, además se recomienda diferentes hostales y hoteles.

Entre las suites y departamentos en alquiler existen diferentes opciones, entre las cuales están amobladas o sin amoblar, cuyos precios pueden variar entre los \$300 a \$700 según el periodo de estancia (semanas o meses). Otra opción de alojamiento son las casas de las familias interesadas teniendo registradas actualmente 20 familias anfitrionas que ofrecen este tipo de servicio, las mismas que son evaluadas por el Departamento de Relaciones Internacionales y sus costos pueden variar entre los \$15 por noche o por mes \$360 (Universidad del Azuay, 2017).

f) Demanda de estudiantes

La Universidad del Azuay tiene su periodo lectivo dividido en dos semestres, siendo la carrera de Medicina la que tiene mayor acogida por los estudiantes de la Universidad de Taylor, en EE.UU; esto se debe a que la Universidad del Azuay que encuentra dentro del marco de un convenio realizado por la Iglesia Cristiana Arco en la ciudad de Cuenca, obteniéndose un promedio 4 estudiantes por año lo cual es una cifra relativamente baja, lo cual podría deberse a que la Universidad en años anteriores no se ha enfocado ni ha realizado actividades que fomenten el intercambio académico y la institución ha tratado de vincular a los estudiantes de intercambio en las clases de español, lo cual no ha tenido buenos resultados debido al poco dominio del idioma por parte de los mismos, por lo que no se ha podido coordinar las clases de manera correcta y se determinó en realizar clases netamente en inglés para este grupo de estudiantes (Palacios, 2018).

g) Seguimiento

La Universidad del Azuay no da ningún tipo de seguimiento a los estudiantes extranjeros una vez que han completado su semestre de estudios. (Palacios, 2018). Únicamente los estudiantes que terminan el semestre académico la Universidad realiza una encuesta sobre satisfacción para conocer los puntos que deben mejorar como institución.

h) Convenios con agencias turísticas

La Universidad del Azuay no cuenta con convenios con agencias turísticas, puesto que al momento el único grupo de alumnos que llegan a la institución de manera formal y constante, son los estudiantes de la Universidad Taylor y cuya logística de alojamiento, transporte, alimentación, viajes de turismo, entre otros, está totalmente a cargo de la Iglesia Cristiana Arco (Palacios, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en la Universidad del Azuay deben cumplir con los siguientes requisitos:

Tabla 6.

Requisitos para la solicitud de admisión

REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> • Llenado de formulario o solicitud on-line. • Copia de pasaporte con vigencia mínima de seis meses. • Visa de estudiante (si va a estudiar en la UDA por más de tres meses), u otro tipo de visa que legalice su estancia en el país. • Título o certificado de estudios secundarios apostillado y traducido. • Título de estudios universitarios apostillado y traducido (para posgrados) • Suficiencia de idioma si su lengua materna no es el español. • Certificado de cobertura de un seguro médico internacional. • 2 Fotos tamaño carnet. • Certificado de su universidad de origen en el que conste la carrera que estudia y el nivel que cursa actualmente (si aplica). • Ficha de registro de estudiante extranjero.

Fuente: (Universidad del Azuay, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

j) Medios publicitarios

La Universidad utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 7.

Medios Publicitarios de la Universidad del Azuay

Canal	Servidores
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Página Web: international.uazuay.edu.ec • Actualmente tienen planificado realizar charlas o eventos académicos o culturales en España.
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> • Universidades internacionales que están dentro del convenio. • La agencia de Intercambios Ordex. • La Alianza Francesa

Fuente: (Universidad del Azuay, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, la Universidad del Azuay se promociona a través de su logo, mismo que se presentan a continuación:



Figura 4. Logo de la Universidad del Azuay

Fuente: (Universidad del Azuay, 2016). Logo de la Universidad del Azuay. [Imagen]. Recuperado de: www.uazuay.edu.ec/sites/default/files/public/manual_uso_identificador.pdf

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

k) Problemática

Cristina Palacios en la entrevista realizada por el autor de la presente investigación indicó que la problemática que presenta la institución es la siguiente:

Se deberían enfocar esfuerzos tanto públicos como privados para cambiar el concepto que los extranjeros tienen de la ciudad y del país, Ecuador es un país hermoso y diverso que puede ofrecer educación de calidad, garantizar seguridad a sus visitantes, tiene paisajes de ensueño y la calidez de su gente, son fortalezas locales que se deberían aprovechar (Palacios, 2018).

Dicho comentario expresa la necesidad de cambiar la imagen que el Ecuador presenta en general a los turistas extranjeros, los cuales, erróneamente, pueden tener un concepto sobre la gente y especialmente sobre la seguridad que existe en la ciudad y el país, puesto que muchos turistas prefieren evitar ciertas provincias por el mayor índice de inseguridad que existen, por tal motivo es de gran importancia que los entes públicos y privados tomen cartas en el asunto y se planteen la eliminación de los estereotipos que pueden tener generados los turistas.

2.2.1.3 Escuelas de español en la ciudad de Cuenca

2.2.1.3.1 El Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln

a) Datos generales

El Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln se encuentra ubicado en las calles Borrero 5 -18 y Honorato Vásquez, esta Institución nace en el año de 1957 con el objetivo de brindar cursos de español e inglés a las personas tanto nacionales como extranjeros que tengan el interés por el aprendizaje de otro idioma. En la siguiente figura se presenta la micro-localización del Centro:

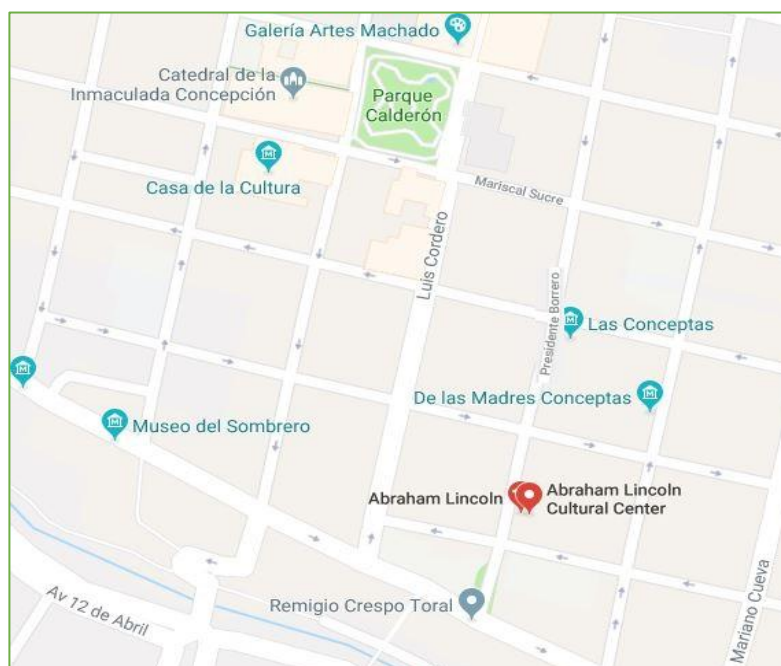


Figura 5. Micro-localización del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln
Fuente: Abraham Lincoln. (2017) Ubicación del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln. [Mapa]. Recuperado de: <https://www.abrahamlincolncenter.com>
Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b) Misión y objetivos

Misión: De acuerdo al Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln (2016), su misión es la de “Promover el entendimiento entre las culturas norteamericana y ecuatoriana a través de la enseñanza del inglés y español, y la organización de eventos culturales y actividades que incentiven la difusión de ambas culturas dentro de la comunidad Cuencana”.

Objetivo: Dentro de sus objetivos se encuentran el desarrollo de programas educacionales, la enseñanza de español e inglés y la difusión de la historia, cultura, ideales, costumbres e instituciones de Ecuador y de los Estados Unidos de América (Embajada y Consulado de EE.UU. en Ecuador, s.f).

c) Cursos ofertados

El Centro se encuentra enfocado en ofrecer cursos de inglés, puesto que es el que mayor demanda ha tenido hasta el momento, pero también brindan cursos

de español para los estudiantes extranjeros que visiten la ciudad. A continuación, se presenta en el siguiente cuadro la oferta de la misma:

Tabla 8.

Oferta académica del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln

CURSOS	DESCRIPCIÓN
Clases de inglés para niños, adolescentes y adultos	<ul style="list-style-type: none"> • Para niños: existen 6 niveles. • Para adolescentes: existen 11 niveles. • Para adultos existen 10 niveles.
Clases de español	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos del idioma español académico, comunicacional, supervivencia con énfasis en las necesidades del alumno.
Biblioteca pública	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de Wi- fi y banda ancha. • Libros de referencia y de diferentes temáticas. • Revistas. • Prensa. • Aplicaciones para el aprendizaje de inglés, entre otros servicios.
Cursos para Instituciones	<ul style="list-style-type: none"> • Clases grupales o tutoriales
Traducciones	<ul style="list-style-type: none"> • Inglés – Español • Español – Inglés

Fuente: (Abraham Lincoln Center, 2016)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

d) Costos

Los costos por los servicios ofertados pueden ser cubiertos en efectivo o a través de tarjetas de crédito (Visa y Mastercard); dichos costos pueden variar dependiendo de la duración, por ejemplo, durante el día una hora de clases de español tiene un costo de \$10.

e) Servicios facilitados por el Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln

El Centro Abraham Lincoln no brinda otro tipo de servicio (alojamiento o alimentación), puesto que no tienen gran acogida en los cursos de español que ofrecen y los alumnos que reciben clases de inglés residen en la ciudad de Cuenca (Parra, 2018).



f) Demanda de estudiantes

La demanda de estudiantes que recibe la escuela tiene las siguientes características:

- Los cursos son ofertados para todas las edades. Partiendo desde los siete años de edad sin existir un máximo de edad.
- La duración de los cursos demandados es de cinco semanas (adultos), tres meses (niños y adolescentes), cursos vacacionales de tres a cuatro semanas.

En cuanto a la movilidad entrante de estudiantes al centro, se puede mencionar que existen dos grupos de estudio por año, el primer grupo es procedente de Noruega, los mismos que vienen a realizar su voluntariado en la ciudad de Cañar; mientras que el segundo grupo son procedentes de Estados Unidos, los cuales realizan el curso intensivo de español de un mes. Entre estos dos grupos el centro cuenta con aproximadamente de seis estudiantes extranjeros por año, siendo un número bajo para la institución, por lo que el Centro está en la planificación de cerrar este servicio (clases de español) debido a la poca acogida de estudiantes que ha venido presentando en los últimos años (Parra, 2018).

g) Seguimiento

El Centro Abraham Lincoln no brinda ningún tipo de seguimiento a los estudiantes de cursos de español (Parra, 2018).

h) Convenios con agencias turísticas

El Centro Abraham Lincoln no tiene alianzas estratégicas, ni mantiene convenios con agencias turísticas, esto se debe por el bajo número de estudiantes extranjeros que aplican a sus cursos de español (Parra, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en el Centro Abraham Lincoln deben cumplir tan solamente con el llenado del formulario de aplicación y con la cancelación del valor del curso o clase a realizar (Parra, 2018).

j) Medios publicitarios

El Centro Cultural Abraham Lincoln utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 9.

Medios Publicitarios del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Redes sociales como Facebook, Twitter. • Página Web: www.abrahamlincolncenter.com/ • Charlas o eventos académicos o culturales.
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante la embajada o consulado de EE.UU.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, se promociona a través de su logo, mismo que se presenta a continuación:



Figura 6. Logo del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln

Fuente: Abraham Lincoln Center. (2016). Logo del Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln. N[Imagen]. Recuperado de: www.facebook.com/CenaCuenca/photos/a.295283687217824.71023.295273380552188/295283693884490/?type=1&theater

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

López Yupa Jonathan Paúl

**k) Problemática:**

Hoy en día existe demasiado informalismo en todos los ámbitos de producción, incluso en la educación particular privada, lo que genera una marcada segmentación de mercado y por ende una depreciación en la calidad demandada por los alumnos, quienes al buscar algo más informal y lo más barato, descuidan otros aspectos importantes que en algunos casos son las fortalezas de institutos legalmente constituidos y normalizados (Parra, 2018).

2.2.1.3.2 El Centro de Estudios Interamericanos (CEDEI)**a. Datos generales**

El Centro de Estudios Interamericanos (CEDEI) cuenta con cuatro ubicaciones dentro de la ciudad, las oficinas principales de la misma se encuentran en la Gran Colombia 11-02 y General Torres esquina, la escuela CEDEI se encuentra ubicada en la calle Federico Proaño 3-20 y Aurelio Aguilar, y la escuela preescolar se encuentra ubicada en las calles Ángel Carvajal y cantón Vinces (vía Misicata), la escuela de programas internacionales se encuentra ubicada en las calles Paseo de los Cañaris y Camilo Egas 3-98; el centro fue fundado en el año de 1992 por un grupo de profesores de tres países EE.UU., Ecuador y Perú. En la siguiente figura se presenta la micro-localización de las oficinas principales del Centro:

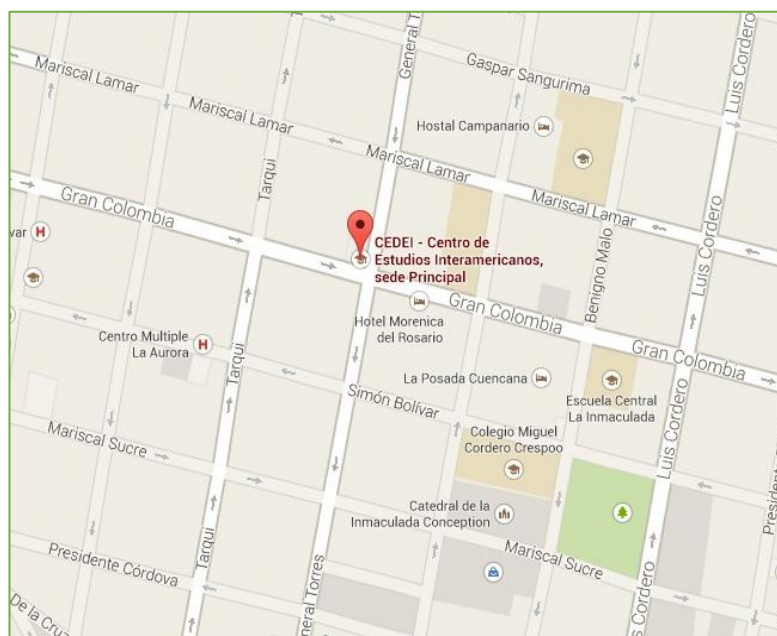


Figura 7. Micro-localización del Centro de Estudios Interamericanos

Fuente: CEDEI. (2017) Ubicación del Centro de Estudios Interamericanos. [Mapa]. Recuperado de: www.cedei.org/index.php/en/cedeifoundation/headquarters-locations

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b. Misión y objetivo

Misión: De acuerdo al CEDEI (2017), su misión es promover la educación y la comprensión sin fines de lucro, brindando experiencias sobre las tres culturas en los países de los que se basa (Estados Unidos, Ecuador, Perú).

Objetivo: La institución tiene como principal objetivo el de “proporcionar la mejor educación nacional, internacional y multicultural, siendo actual y práctica” (CEDEI, 2017).

c. Cursos ofertados

El CEDEI ofrece cursos de español para extranjeros e inglés para personas que deseen aprender este idioma, únicamente las clases de español son de programas internacionales, dichos cursos se encuentran dirigidos y

coordinados por el Departamento de Programas Internacionales y son los siguientes:

Tabla 10.

Oferta académica del CEDEI

CURSOS	DESCRIPCIÓN
FISP (Programa de Inmersión Total en Español)	<ul style="list-style-type: none"> • Curso completo de español, con cuatro horas diarias y una duración de 2 a 4 semanas. • Se puede darse en grupos de 2 a 5 estudiantes por clase. • En adicional del curso, brinda clases de baile, cocina y cerámica. Además de excursiones culturales los fines de semana. • Convivencia con una familia anfitriona. • Estos son los programas FISP: Augustana College 5-week Summer program. Augustana College 11-week Summer program.
SIVP (Programa de Voluntariado de Inmersión)	<ul style="list-style-type: none"> • Estudian español mientras trabajan de voluntarios fuera del CEDEI. • En adicional, tienen clases de baile. • Convivencia con una familia anfitriona. • Este es el programa: Dickison College June program.
Tutoriales en español	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de español personalizadas e individuales. • Opcionales: clases de baile, cocina, cerámica. • Puede elegir el modo de alojamiento.
Micro – Intership	<ul style="list-style-type: none"> • Pasantías en las que los estudiantes eligen de acuerdo a sus necesidades una institución, al mismo tiempo que aprenden español.
Médico español	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de dos semanas de duración, brindan instrucción en la gramática médica, vocabulario e interpretación. • Realizan visitas a centros de salud y hospitales. • Se brindan charlas o conferencias sobre medicina natural y salud pública • Este es el programa: Cornell Medical Program
Cursos de Antropología	<ul style="list-style-type: none"> • Antropología Cultural, compuesta por 20 clases sobre la cultura, el lenguaje, el desarrollo cultural, entre otros tópicos. • Raza y origen étnico en los Andes, compuesta por 20 clases, sobre la cultura, la etnicidad y diversidad cultural, las clases cuentan con salidas de campo en la que los estudiantes pueden situarse en el papel de espectador mediante la visita de varios lugares a la ciudad.
Arte	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la pintura, aplicación de técnicas sobre temas como: fiestas tradicionales del Ecuador,

	flora y fauna del Ecuador, paisaje urbano de la ciudad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Arte-latinoamericano, cuenta con 20 clases sobre el arte de varios países latinoamericanos.
Negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios internacionales • Gestión estratégica y política • Gestión a través de las culturas • Marketing internacional • Gestión de Calidad Total • Marketing y Comunicaciones
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación de masas en la sociedad • Comunicación intercultural
Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad y enseñanza culturalmente receptiva
Estudios ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Geografía mundial • Estudios ambientales de los Andes • Geografía de América Latina • Manejo de animales cautivos para la conservación • Ecología tropical • Conservación Biológica
Educación para la salud	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestiones de salud en los países de desarrollo
Música	<ul style="list-style-type: none"> • Música de la cultura Andina
Ciencias Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Economía política de América Latina
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"> • Portugués (nivel básico) • Quichua (nivel básico e intermedio) • Español (nivel básico, intermedio y avanzado) • Inglés (nivel básico, intermedio y avanzado)
Sociología	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de la Salud en los países en desarrollo

Fuente: (CEDEI, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

d. Costos

El CEDEI es una fundación sin ánimo de lucro, la cual brinda becas para que los estudiantes puedan acceder a los cursos ofertados, y las únicas tarifas que el estudiante pueda cubrir son las de su matrícula que es de \$200 para programas individuales y de \$500 para programas grupales, estos valores son no reembolsables, además, los costos de alimentación y de viajes o tours que se realicen tanto dentro como fuera de la ciudad deben ser cubiertos por el estudiante, en cuanto al costo del alojamiento este dependerá de la duración del programa elegido por el estudiante, el costo de alojamiento en las casas de las familias anfitrionas es de \$25 por noche (CEDEI, 2017).

Los costos dependerán de acuerdo a la duración del curso, por lo que las tarifas pueden ser las siguientes:

Tabla 11.

Costos

TIPO DE CURSO		DURACIÓN	COSTOS
FISP (Programa de Inmersión Total en Español)		Dos semanas	\$910
		Tres semanas	\$1.365
		Cuatro semanas	\$1.820
		Semana adicional	\$380 (alojamiento y 20 horas de clases)
SIVP (Programa de Voluntariado de Inmersión)		Microinternship de siete a nueve semanas	\$ 780
		Internship de 10 a 16 semanas	\$1.269
Medical Spanish		Dos semanas módulo básico	\$1.385

Fuente: (CEDEI, 2017)**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl**e. Servicios facilitados por el CEDEI**

Adicional a los cursos que ofrece, el CEDEI brinda el servicio de alojamiento en casas de familias anfitrionas, especialmente estos servicios son de carácter obligatorio para aquellos que toman los cursos totalmente inmersos de enseñanza en español, y es de manera opcional para las personas que desean realizar cursos de voluntariado, por la que antes de facilitar este servicio la familia anfitriona será evaluada para que de esta manera puedan asegurar una buena estadía al estudiante (CEDEI, 2017).

En la actualidad, el CEDEI cuenta con aproximadamente 25 familias anfitrionas que se adaptan al perfil requerido por el alumno de acuerdo a sus preferencias, y brindan el servicio de alojamiento, también pueden brindar alimentación y transporte (Bustos, 2018).

f. Demanda de estudiantes



De acuerdo a la entrevista realizada al Coordinador de Programas Internacionales del Centro, Eduardo Bustos (2018), en cuanto a la movilidad entrante en el último año, existió aproximadamente 200 estudiantes extranjeros, de los cuales el 95% fue de EE.UU. y el 2% fueron estudiantes de Suecia.

g. Seguimiento

El seguimiento que se da a los estudiantes extranjeros una vez que ingresan es mediante tres coordinadores, los cuales se encargan de ellos todo el tiempo, llevando un calendario de actividades tanto académicas como con las familias, así mismo, si los estudiantes desean realizar viajes por su cuenta se les aplica un formulario de información para conocer cuáles son los lugares donde van a llegar, en que hotel se van a hospedar, entre otros datos (Bustos, 2018).

h. Convenios con agencias turísticas

El CEDEI mantiene convenios con la agencia turística Expediciones Apullacta, empresa que se caracteriza por el diseño de itinerarios personalizados, de acuerdo a las necesidades de cada cliente, especialmente de los estudiantes extranjeros (Bustos, 2018).

i. Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen solicitar el programa que les interesaría aplicar, deben cumplir con los siguientes requisitos:

Tabla 12.

Requisitos para la solicitud de admisión

REQUISITOS

Llenar en línea los siguientes formularios:

- Solicitud de admisión
- Homestay questionnaire (casas de familias anfitrionas)
- Información de salud y emergencia
- Spanish placement exam
- Comunicado de responsabilidad de Centros de transcripción oficial
- Ficha sobre liberación de responsabilidades.
- Ficha sobre el programa que desea aplicar.

Para los pasantes o voluntarios añadir los siguientes documentos:

- Formulario de pasantía
- Declaración del propósito
- Currículum

Fuente: (Bustos, 2018)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

j. Medios publicitarios

La Institución CEDEI utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 13.

Medios Publicitarios de la Fundación CEDEI

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube • Página Web: www.cedei.org • Conferencias por: https://itunes.apple.com/us/itunes-u/ecuadorian-studies/id819534433

Fuente: www.cedei.org

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, se promociona a través de su logo, mismo que se presenta a continuación:





Figura 8. Logo de la Fundación CEDEI

Fuente: CEDEI. (2017). Logo de la Fundación CEDEI. [Imagen]. Recuperado de: www.cedei.org

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

k) Problemática:

Involucrar al turismo en las actividades académicas ofertadas nos da un plus que marca la diferencia en los alumnos al momento de elegir donde estudiar; un turismo bien organizado, con personal calificado que cumpla con creces las expectativas de los alumnos y que busque velar siempre por su bienestar, ha hecho que CEDEI tenga éxito en los últimos 20 años (Bustos, 2018).

2.2.1.3.3 Estudio Sampere

a) Datos generales

El Estudio Sampere que a nivel internacional es conocido por formar parte de la Asociación Internacional de Escuela de Idiomas (IALC), data del año de 1956 en la ciudad de Madrid - España, e instalándose en la ciudad de Cuenca en el año de 1995, existiendo además sucursales en Alicante, Salamanca, Madrid, y la Habana (Sampere, s.f).

La Institución se encuentra ubicada en las calles Hermano Miguel 3-43 y calle Larga (Escalinata) en la siguiente figura se presenta la micro-localización del Estudio Sampere:



Figura 9. Micro-localización del Estudio Sampere

Fuente: Sampere . (2017) Ubicación del Estudio Sampere. [Mapa]. Recuperado de: www.sampere.com/learn-spanish/spanish-courses-ecuador.html

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b) Misión y objetivos

De acuerdo a las visitas de campo realizadas hacia la institución y la investigación en fuentes secundarias se puede decir que el Estudio Sampere no cuenta con una filosofía institucional que les permita trazar objetivos para alcanzar una meta.

c) Cursos ofertados

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro la oferta del Estudio Sampere:

Tabla 14.

Cursos Ofertados en el Estudio Sampere

CURSOS	DESCRIPCIÓN
Curso Intensivo de español	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de lunes a viernes. • 20 lecciones grupales de 45 minutos cada clase. • Diferentes niveles de dificultad. • Vocabulario, gramática y pronunciación. • Grupos de 15 a 20 personas.

López Yupa Jonathan Paúl

	<ul style="list-style-type: none"> • Edades promedio: De 18 - 22 años (universitarios), De 15 - 16 años (alumnos de colegios). Los picos de edad adultos mayores llegan hasta los 70 años.
Curso Intensivo plus	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de lunes a viernes. • 20 lecciones grupales de 45 minutos cada clase. • Diferentes niveles de dificultad • Vocabulario, gramática y pronunciación. • Grupos de 15 a 20 personas. • Lecciones adicionales de práctica intensiva en español.
Curso one to one	<ul style="list-style-type: none"> • De 10 a 40 lecciones por semana • Lecciones personalizadas
Programa Especializado para estudiantes de Medicina	<ul style="list-style-type: none"> • Para estudiantes de medicina, enfermería o farmacia que desean aprender vocabulario médico español y familiarizarse con las prácticas de atención médica en un país latinoamericano. • 4 semanas de clases de español, 20 lecciones, 6 estudiantes por grupo, 4 semanas de lecciones individuales de vocabulario médico (5 lecciones / semana). • Actividades culturales (3 actividades de fin de semana)
Cursos de Artes y Artesanías	<ul style="list-style-type: none"> • 10 lecciones de artes y artesanías • Actividades culturales • Certificado de curso
Programa de Voluntarios	<ul style="list-style-type: none"> • Voluntariado en instituciones de bienestar que trabajan con niños, adultos mayores o personas en situación de riesgo como son las siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • Hogar de niños Miguel León • Orfelinato de niños Antonio Valdivieso • Asilo de ancianos Miguel León • Fundación nuestros niños, centro el nido
Programa Viaja y Estudia en Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • Dos semanas de aprendizaje mediante la visita de varios atractivos locales de la costa y sierra del Ecuador

Fuente (Sampere, 2016)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

d) Costos

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro los costos de la oferta del Estudio Sampere:

Tabla 15.

Costos de la oferta del Estudio Sampere

TIPO DE CURSO	DURACIÓN	COSTOS
Curso Intensivo de español	• Inscripción	• \$35
	• 1 semana	• \$200
	• 2 semanas	• \$399
	• 3 semanas	• \$579
	• 4 semanas	• \$699
	• 5 semanas	• \$859



	• 6 semanas	• \$1.019
	• 7 semanas	• \$1.179
	• 8 semanas	• \$1.339
	• 12 semanas	• \$1.979
	• 16 semanas	• \$2.619
Curso Intensivo plus	• Inscripción	• \$35
	• 2 semanas	• \$595
	• 3 semanas	• \$873
	• 4 semanas	• \$1.091
	• 5 semanas	• \$1.349
	• 6 semanas	• \$1.607
	• 7 semanas	• \$1.865
	• 8 semanas	• \$2.123
Programa Especializado para estudiantes de Medicina	• Inscripción	• \$35
	• 4 semanas	• \$2.555
Cursos de Arte y Artesanías	• Inscripción	• \$35
	• 2 semanas	• \$579
	• 3 semanas	• \$849
	• 4 semanas	• \$1.059
	• 5 semanas	• \$1.309
	• 6 semanas	• \$1.559
	• 7 semanas	• \$1.809
	• 8 semanas	• \$2.059
Programa Viaja y Estudia en Ecuador	• 2 semanas	• Habitación individual \$2.053
		• Habitación doble \$1.932

Fuente: www.sampere.com/pdf/Estudio_Sampere_Cuenca_Ecuador.pdf

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

e) Servicios facilitados por la escuela

El servicio que es facilitado por el Estudio Sampere es el de alojamiento, teniendo varios tipos como: alojamiento de aproximadamente de 36 familias anfitrionas, apartamentos y hoteles, dichos servicios antes de ser brindados pasan por inspección, evaluándose los siguientes parámetros (Rodas, 2018):

- Buenas condiciones de las instalaciones.
- Confiabilidad familiar.
- Ubicación.
- Conexión Wi-fi.

Además, dentro del servicio de alojamiento se incluye un programa completo de alimentación.

f) Demanda de estudiantes

De acuerdo a la información proporcionada por el Estudio Sampere, indica que en el último año se registraron 89 estudiantes, siendo la gran mayoría de estudiantes de Estados Unidos (Rodas, 2018).

g) Seguimiento

El Estudio Sampere no brinda ningún tipo de seguimiento a los estudiantes de cursos de español (Rodas, 2018).

h) Convenios con agencias turísticas

El Estudio tiene los siguientes convenios con estas agencias Terra Diversa y Ixatours, agencias que ofrecen una gran variedad de opciones turísticas, tours nacionales e internacionales, vuelos aéreos, reservas hoteleras, entre otros (Rodas, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en el Estudio Sampere de Cuenca deben cumplir con el llenado del formulario de aplicación y con la cancelación del valor del curso que desean aplicar (Rodas, 2018).

j) Medios publicitarios

El Estudio Sampere utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 16.

Medios Publicitarios del Estudio Sampere

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> La misma Institución. Redes sociales como Facebook. Página Web: www.sampere.com, www.languagecourse.net
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> Mediante la Asociación Internacional de Centros de Idiomas (IALC)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, se promociona a través de su logo, mismo que se presenta a continuación:



Figura 10. Logo del Estudio Sampere

Fuente: Sampere. (2016). Logo del Estudio Sampere. [Imagen]. Recuperado de: www.coursesincuenca.com/

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

k) Problemática:

Entender que cada alumno es un universo diferente, con gustos, preferencias y exigencias distintas, nos ayuda a encontrar distintos modelos de enseñanza que garanticen el aprendizaje y a su vez nos ayude a crecer como profesionales, ya que la experiencia se gana en el día a día y nunca se tiene el conocimiento absoluto, todo esto sin descuidar las normas de calidad que SAMPERE garantiza (Rodas, 2018).

2.2.1.3.4 Escuela de Español Amauta

a) Datos generales

La Escuela de español Amauta fue fundada en el año 2000 gracias a la iniciativa de la Licenciada Mayra Cardoso y la Master Narcisca Ullauri, iniciando sus actividades con el programa de español. El establecimiento donde imparten sus clases corresponden a una casa de estilo colonial clásico ubicada en el centro de la ciudad en las calles Hermano Miguel 7 – 48 entre las calles Sucre

López Yupa Jonathan Paúl

y Presidente Córdova, (Romero, 2012); en la siguiente figura se presenta la micro-localización de la Escuela de Español Amauta:

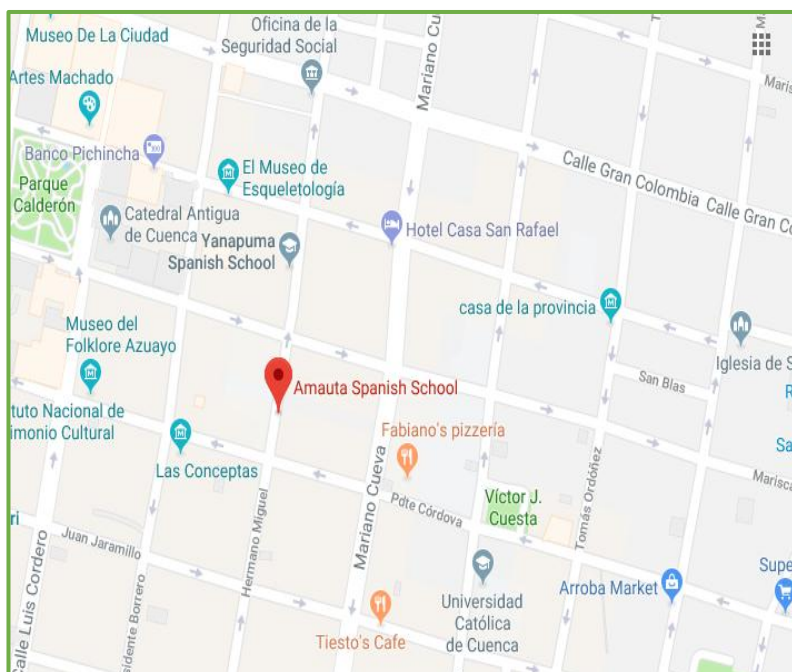


Figura 11. Micro-localización de la Escuela de Español Amauta

Fuente: Amauta. (2017). Ubicación de la Escuela de Español Amauta. [Mapa]. Recuperado de: amauta.edu.ec/Contact-us

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b) Misión y objetivo

Misión: De acuerdo a la misión de la Escuela Amauta (2017), se señala que esta es una institución dedicada a ofrecer la mejor educación posible en español, antropología, biología y estudios latinoamericanos, además cuenta con personal calificado y entusiasta, comprometido a alcanzar los objetivos planteados.

Objetivo: El principal objetivo es “brindar una oportunidad para que las personas conozcan y estudien Ecuador, incluida su cultura, ambiente,

economía y forma de vida, a través de una experiencia personal” (Amauta, 2017).

c) Cursos ofertados

La Escuela de Español Amauta en la actualidad no trabaja con programas específicos sino más bien trabajan de acuerdo a las necesidades que presenten los estudiantes extranjeros (Toro, 2018). A continuación, se presenta en el siguiente cuadro la oferta de la Escuela de Español Amauta:

Tabla 17.

Cursos ofertados por la escuela de Español Amauta

CURSOS	DESCRIPCIÓN
Curso Intensivo de español	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocido por el Ministerio de Educación • Clases de lunes a viernes. • Diferentes niveles de dificultad (hablar, escuchar, leer y escribir) • Instrucción individual • Opción de poder hospedarse con una familia • Incluye: Material de estudio, certificado Amauta, viajes y excursiones, asistencia en reservas aéreas, clases de salsa, city tour en la ciudad de Cuenca, visita a museo, gastronomía típica y actividades culturales.
Español y voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocido por el Ministerio de Educación • El aplicante puede escoger ser voluntaria en el área de interés mientras estudia español • Trabaja en proyectos en el área que sean beneficiosos para niños de pocos o ningún recurso • Clases matutinas o vespertinos • Voluntario matutino o vespertino • Incluye: Material de estudio, certificado Amauta, viajes y excursiones, clases de salsa, city tour en la ciudad de Cuenca, visita a museo, gastronomía típica y proporcionará una lista semanal de actividades culturales que puede realizar todas las noches de la semana.
Programa cultural de Español	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocido por el Ministerio de Educación • Duración de una a tres semanas • Instrucción individualizada • Habilidades para la conversación, gramática, comprensión auditiva • Visitas por la ciudad • La institución proporcionará una lista semanal de actividades culturales que puede realizar todas las noches de la semana, una lista semanal de actividades culturales que puede realizar todas las noches de la semana.
Español para propósitos específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocido por el Ministerio de Educación • Áreas como: medicina, negocios, ambiente, entre otros. • Habilidades para la conversación, gramática, comprensión auditiva • Incluye: Certificado Amauta, clases de salsa, city tour en la ciudad de Cuenca, visita a museo, gastronomía típica y actividades culturales.
Cursos en grupos	<ul style="list-style-type: none"> • Clases participativas • Lecciones de gramática, habla, lectura, escritura, comprensión auditiva y

vocabulario

- Realización de un examen de ubicación
- Existe 6 niveles de enseñanza de español
- Incluye: Paquete informativo, material de estudio, certificado Amauta, viajes y excursiones, asistencia en reservas aéreas, clases de salsa, city tour en la ciudad de Cuenca, visita a museo, gastronomía típica y actividades culturales.

Fuente: (Amauta, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

d) Costos

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro los costos de la oferta de la Escuela de Español Amauta:

Tabla 18.

Costos de los cursos ofertados por la Escuela de Español Amauta

TIPO DE CURSO	DURACIÓN	COSTOS
Curso Intensivo de español	• 1 semana	• \$200
	• 2 semanas	• \$400
Español y voluntariado	• 3 semanas	• \$600
	• 4 semanas	• \$800
Español para propósitos específicos	• 5 semanas	• \$1.000
	• 6 semanas	• \$1.200
	• 7 semanas	• \$1.400
	• 8 semanas	• \$1.600
	• Semana extra	• \$200
Programa cultural de Español	• 1 semanas	• \$340
	• 2 semanas	• \$680
	• 3 semanas	• \$1.020
	• Semana extra	• \$340
Cursos en grupos	• 1 semanas	• \$140
	• 2 semanas	• \$280
	• 3 semanas	• \$420
	• 4 semanas	• \$560
	• 5 semanas	• \$700
	• 6 semanas	• \$840
	• Semana extra	• \$200

Fuente: (Amauta, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

e) Servicios facilitados por la escuela

El servicio que es facilitado por la Escuela de Español Amauta es el de alojamiento, teniendo varios tipos como: alojamiento en 40 casas de familias anfitrionas, apartamentos y hoteles, dichos servicios antes de ser brindados

pasan por una selección cuidadosa, evaluándose los siguientes parámetros (Rodas, 2018):

- Habitaciones individuales.
- Servicio de alimentación incluido.
- Servicio de lavandería.
- Familia que brinde al estudiante actividades culturales.
- Casas anfitrionas dentro de áreas urbanas y rurales deben contar con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono y alcantarillado).
- Número de hijos.
- Familias vegetarianas.

f) Demanda de estudiantes

En cuanto a la movilidad entrante de la Escuela de Español Amauta, existió en el último año aproximadamente 113 estudiantes extranjeros, siendo la mayoría de ellos provenientes de EE.UU., mientras que un pequeño porcentaje provienen de Japón y China (Toro, 2018).

g) Seguimiento

El seguimiento que se da a los estudiantes extranjeros una vez que han concluido con su programa de estudios es vía correo electrónico, donde se aplican preguntas acerca de si considerarían regresar, como ha sido su progreso de aprendizaje de español, entre otras preguntas, dichos correos son enviados generalmente por los mismos profesores, puesto que lo que busca la institución es fomentar lazos de amistad (Toro, 2018).

h) Convenios con agencias turísticas

De acuerdo a la información recolectada en la investigación de campo se puede observar que la Escuela de Español Amauta mantiene alianzas con agencias turísticas como: Terradiversa, Ecuadorian Tourig, Almapaca y AGS (Toro, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en la Escuela de Español Amauta deben llenar una solicitud online y registrarse mediante un formulario de datos personales. Luego de eso la institución tomará contacto con el estudiante mediante correo electrónico (Toro, 2018).

j) Medios publicitarios

La Escuela de Español Amauta utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 19.

Medios Publicitarios de la Escuela de Español Amauta

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Red social como Facebook. • Página Web: www.amauta.edu.ec
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante la Asociación ecuatoriana de Centros de la Lengua Española. • Ferias académicas. • Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación profesional. • Universidades con las que se tiene convenio como Oregón, George, Porlant y Japón.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, la Escuela de Español Amauta se promociona a través de su logo, el cual se presentan a continuación:



Figura 12. Logo de la Escuela de Español Amauta

Fuente: Amauta. (2017). Logo de la Escuela de Español Amauta. [Imagen]. Recuperado de: amauta.edu.ec

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

k) Problemática:

Se debería normalizar a todas las escuelas e institutos bajo una ley o un código que regule sus actividades, promueva igualdad de oportunidades y garantice una educación de calidad dentro de los parámetros legales con el fin de impulsar a todas las escuelas a la unión de esfuerzos para mejorar la imagen de la educación como tal (Toro, 2018).

2.2.1.3.5 Escuela de Español Simón Bolívar

a) Datos generales

La Escuela de Español Simón Bolívar fue fundada en el año 2005 en la ciudad de Cuenca, es una de las escuelas de mayor reconocimiento por su calidad académica, además enseñan en varias provincias del Ecuador como son: Manabí, Napo y Pichincha, todos sus centros de enseñanza se encuentran ubicados en lugares turísticos conocidos (Simón Bolívar Spanish School, 2017).

En la ciudad de Cuenca se encuentra ubicada en las calles Mariscal Sucre 14-21, entre Estévez de Toral y Coronel Talbot a una cuadra de la Plaza San Sebastián. En la siguiente figura se presenta la micro-localización de la Escuela de Español Simón Bolívar:

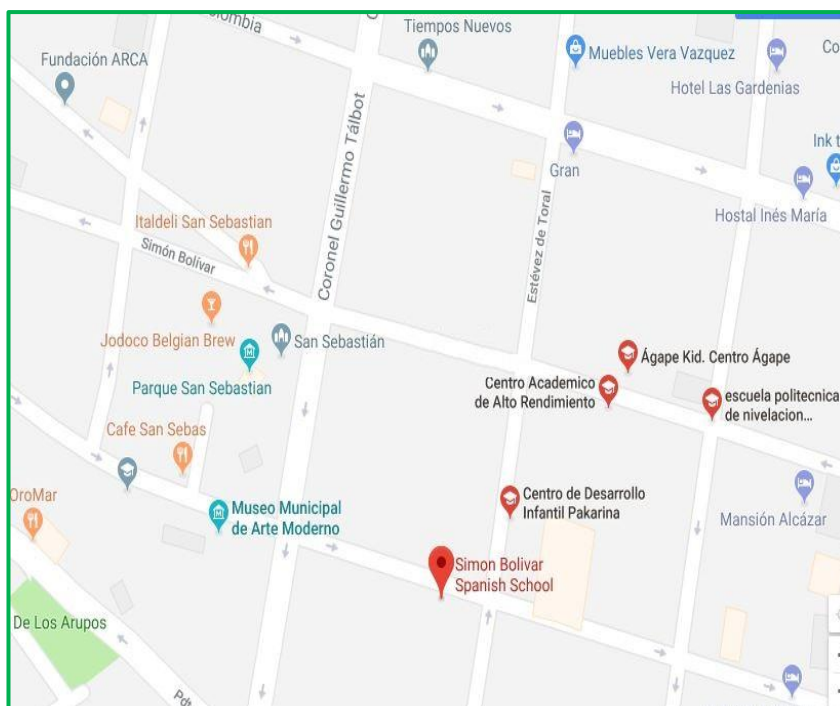


Figura 13. Micro-localización de la Escuela de Español Simón Bolívar

Fuente: Simón Bolívar Spanish School. (2017). Ubicación de la Escuela de Español Simón Bolívar. [Mapa]. Recuperado de: www.bolivar2.com/

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b) Misión y objetivos

Misión: De acuerdo a la Escuela de Español Simón Bolívar (2017), se indica que su única misión es “promover a la comunidad internacional la destacada diversidad natural y cultural de Ecuador a través de la enseñanza del español”

Objetivo: El estudiante es el personaje principal para la Escuela de Español Simón Bolívar, brindando métodos innovadores para la enseñanza, técnicas, materiales didácticos y actividades, de manera individual o grupal (Simón Bolívar Spanish School, 2017).

c) Cursos ofertados

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro la oferta de la escuela:



Tabla 20.

Cursos ofertados por la escuela de Español Simón Bolívar

CURSOS	DESCRIPCIÓN
Paquete todo incluido	<ul style="list-style-type: none"> Incluye: Materiales de estudio, clases de cocina, salsa, club de conversación, city tour y actividades. 6 noches de alojamiento en el albergue en el centro histórico (cocina compartida en el área común) Traslados. Certificado de participación
Paquete idioma y cultura	<ul style="list-style-type: none"> Aprendizaje del español mediante la técnica de observación de campo, visita a varios lugares turísticos de la ciudad y sus alrededores. Certificado de participación
Clases individuales one to one	<ul style="list-style-type: none"> Incluye: Materiales de estudio, clases de cocina, salsa, club de conversación, city tour y actividades. Visitas opcionales Información sobre tours y viajes Certificado de participación
Lecciones en línea	<ul style="list-style-type: none"> Incluye: Materiales de estudio online Certificado de participación

Fuente: (Simón Bolívar Spanish School, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

d) Costos

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro los costos de la oferta de la Escuela Simón Bolívar:

Tabla 21.

Costos de la oferta de la Escuela de Español Simón Bolívar

TIPO DE CURSO	DURACIÓN	COSTOS
Paquete todo incluido	<ul style="list-style-type: none"> 1 semana 	<ul style="list-style-type: none"> Cuota de inscripción \$25 \$ 360.00
Paquete idioma y cultura	<ul style="list-style-type: none"> 1 semana 	<ul style="list-style-type: none"> Cuota de inscripción \$25 \$285 lecciones individuales \$210 lecciones grupales
Clases individuales	<ul style="list-style-type: none"> 1 semana 	<ul style="list-style-type: none"> Cuota de inscripción \$25 \$285 lecciones individuales
Lecciones en línea	<ul style="list-style-type: none"> 10 horas 20 horas 40 horas 	<ul style="list-style-type: none"> Cuota de inscripción \$25 \$75 \$150 \$280

Fuente: (Simón Bolívar Spanish School, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl



e) Servicios facilitados por la escuela

La escuela ofrece el servicio de alojamiento en casas de familias anfitrionas o en albergues, contando así con cinco familias y cuatro albergues, siendo la estancia mínima de siete noches, y de dos a tres comidas diarias (Simón Bolívar Spanish School, 2017). Además, dicho servicio pasa por un proceso de evaluación para cerciorarse de la calidad, evaluándose los siguientes parámetros:

- Habitaciones individuales.
- Servicio de lavandería.
- Ambiente familiar.
- Servicios básicos.

En cuanto al servicio de alojamiento en albergues cuentan con los siguientes albergues:

- Hostal Posada del Ángel.
- Hotel Casa Montalvo.
- Hotel Vieja Mansión.
- Hostal El Campanario.

f) Demanda de estudiantes

En cuanto a la demanda de estudiantes extranjeros durante el último año existió un aproximado de 65 estudiantes, siendo la gran mayoría de EE.UU. y en menores porcentajes de Alemania, Japón, Francia, Rusia, Canadá, China, entre otros (Cabrera, 2018).

g) Seguimiento

El seguimiento que se da a los estudiantes extranjeros una vez que han concluido su programa de estudios es mediante los correos electrónicos de los estudiantes que se encuentran en su base de datos interna, se envía

López Yupa Jonathan Paúl

información promocional sobre los cursos, promociones e información que les pueda servir para continuar el aprendizaje del idioma español (Cabrera, 2018).

h) Convenios con agencias turísticas

La Escuela de Español Simón Bolívar mantiene convenios con la agencia Cazhuma Tours, ubicado en la misma dirección de la escuela, dicha agencia junto con la escuela ofrece servicios turísticos que complementan las clases (salidas de campo), como visitas al Parque Nacional El Cajas, Gualaceo, Chordeleg, entre otros (Cabrera, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en la Escuela de Español Simón Bolívar deben llenar una solicitud en línea y deben cumplir con los pagos de inscripción y de matrícula (Cabrera, 2018).

j) Medios publicitarios

La Escuela de Español Simón Bolívar utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 22.

Medios Publicitarios de la Escuela de Español Simón Bolívar

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Redes sociales como Facebook, Skype, Trip Advisor • Página Web: www.bolivar2.com
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante la Asociación Ecuatoriana de Centros de Enseñanza de Español • Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación profesional • Ministerio de Turismo de Quito • Ministerio de Educación • Fundación Bolívar • Publicidades en la revista International Living

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, la Escuela de Español Simón Bolívar se promociona a través de su logo, el cual se presentan a continuación:



Figura 14. Logo de la Escuela de Español Simón Bolívar

Fuente: Simón Bolívar Spanish School. (2017). Logo de la Escuela de Español Simón Bolívar. [Imagen]. Recuperado de: ecadorspanishschools-aecee.com/

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

k) Problemática:

La presencia de los freelance, cada vez es un problema más grande, hoy todo el mundo cree tener la capacidad de dar clases de español, ofertar precios que a su parecer son económicos y rentables pero que en realidad afectan a las escuelas que ofrecen educación formal, certificada y a su vez desacreditan los esfuerzos de los maestros capacitados, se crea un ambiente de competencia desleal que a corto plazo afecta las actividades de las escuelas y a la larga mancha la imagen del nivel de educación ofertada en la Ciudad (Cabrera, 2018).

2.2.1.3.6 Escuela de Español Yanapuma

a) Datos generales

La Escuela de Español Yanapuma cuenta con dos escuelas ubicadas en las ciudades de Quito (2006) y en Cuenca (2013), ofrecen programas de español a estudiantes extranjeros de todas las edades, utilizando métodos y metodologías de enseñanza promovidos por el Instituto Cervantes de España. La escuela funciona como empresa social ya que su principal objetivo

López Yupa Jonathan Paúl

financiero es ayudar mediante la fundación creada bajo el mismo nombre, brinda proyectos de ayuda a los niños de bajos recursos, proyectos ambientales, rescate animal (Courconnet, 2017).

La Escuela de Español se encuentra ubicada en las calles Hermano Miguel 8-59 y Simón Bolívar. En la siguiente figura presenta la micro-localización de la Escuela de Español Yanapuma:

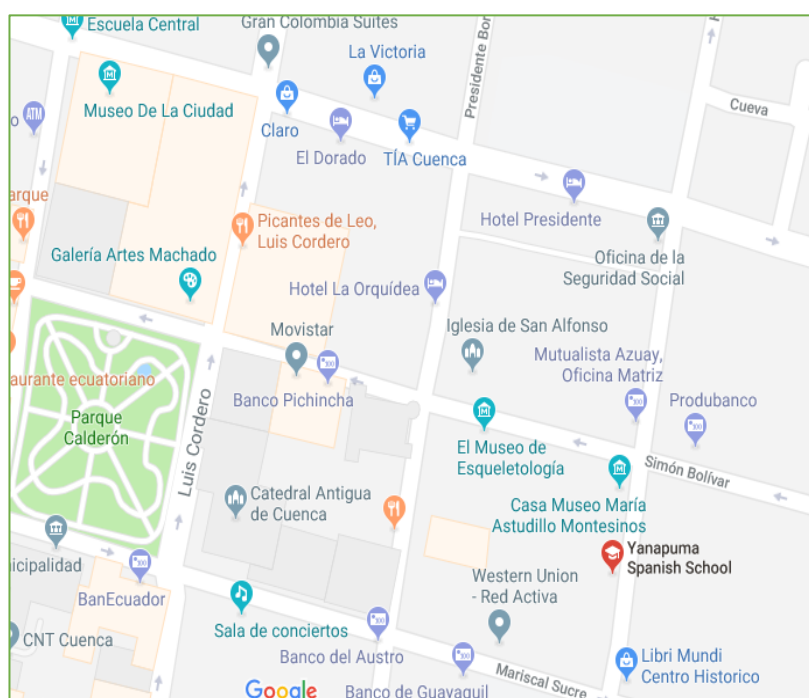


Figura 15. Micro-localización de la Escuela de Español Yanapuma

Fuente: Yanapuma Spanihs School. (2015). Ubicación de la Escuela de Español Yanapuma. [Mapa]. Recuperado de: <http://www.yanapumaspanish.org>

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

b) Misión y objetivo de la Escuela de Español Yanapuma

Misión: De acuerdo a la Escuela de Español Yanapuma (2017), su misión es promover el trabajo social mediante proyectos desarrollo sostenible, brindando a los estudiantes la oportunidad de ser parte de los programas y proyectos que la escuela lleva a cabo durante todo el año.

Objetivo: El objetivo principal que tiene la escuela es brindar clases de convivencia continua con la cultura y estilo de vida, además, de que a través de

los programas culturales combinados brindan oportunidades de voluntariado (Courconnet, 2017).

c) Cursos ofertados

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro la oferta de la Escuela de Español Yanapuma:

Tabla 23.

Cursos ofertados por la escuela de español Yanapuma

CURSOS	DESCRIPCIÓN
Programa Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • 20 horas de clases de español en pequeños grupos • 4 excursiones por semana • Duración de dos semanas • Puedes combinar tus clases en la ciudad de Cuenca con la de la ciudad de Quito • Lugares que visitan: Museo Banco Central, Río Tomebamba, Mirador de Turi, Parque Calderón, Catedral nueva y vieja, Museo de arte Moderno, Mercados locales de artesanías, Zoológico Amaru, Museo de las Aborígenes, Mercados de gastronomía.
Programa de voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> • Se combina el voluntariado con tres horas de clases diarias de español • Los estudiantes puedes elegir los siguientes proyectos para realizar su voluntariado: Mensajeros de la Paz - Centro de rehabilitación para niños y niños con discapacidades Casa María Amor - Trabajo con hijos de mujeres maltratadas Biblioteca Municipal de San Joaquín - Enseñe inglés, ayuda con la tarea, actividades artísticas Mujer a Mujer - Ayuda para mujeres maltratadas y sus hijos Hogar Miguel León - Centro para niños y ancianos abandonados
Clases individuales	<ul style="list-style-type: none"> • 20 horas de clases de español por semana con 4 horas de instrucción al día • Plan de clase personalizado • Material adicional para mejorar tu aprendizaje de acuerdo a las necesidades del estudiante
Clases grupales	<ul style="list-style-type: none"> • 20 horas de clases de español en pequeños grupos
Programas para médicos de español	<ul style="list-style-type: none"> • Duración de un mes • Enseñanza centrada en la gramática, la comprensión, el habla y la escritura en español, pero con énfasis en el vocabulario y el uso relacionados con temas médicos.

Fuente: (Yanapuma Spanihs School, 2015)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

d) Costos

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro los costos de la oferta de la Escuela de Español Yanapuma:

Tabla 24.

Costos de la oferta de la Escuela de Español Yanapuma

TIPO DE CURSO	DURACIÓN	COSTOS
Programa Cultural	• 1 semana	• \$236
	• 2 semanas	• \$472
	• 3 semanas	• \$708
Programa de voluntariado	• 1 semana	• \$497
	• 2 semanas	• \$994
	• 3 semanas	• \$1.491
	• 4 semanas	• \$1.988
Clases individuales (Inmersión intensiva)	• 1 semana	• \$120
	• 2 semanas	• \$240
	• *Por cada semana extra	• \$120
	• *Hasta 24 semanas	• \$2.880
Clases individuales (Inmersión estándar)	• 1 semana	• \$90
	• 2 semanas	• \$180
	• *Por cada semana extra	• \$120
Clases grupales	• 1 semana	• \$130
	• 2 semanas	• \$260
	• *Por cada semana extra	• \$130
	• *Hasta 26 semanas	• \$4.680
Programas para médicos de español	• 1 semana	• \$452
	• 2 semanas	• \$880
	• 3 semanas	• \$1.307
	• 4 semanas	• \$1.735

Fuente: (Yanapuma Spanihs School, 2015)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

e) Servicios facilitados por la escuela

El servicio de alojamiento es otro servicio que es facilitado por la escuela, para lo que cuentan con familias anfitrionas, las mismas que fueron evaluadas y que tienen la capacidad para acoger a los estudiantes extranjeros; la escuela cuenta con 8 familias (Vanhaverbeke, 2018).

f) Demanda de estudiantes

La demanda de estudiantes extranjeros en la escuela el último año fue de aproximadamente 100 estudiantes. Siendo en gran parte provenientes de EE.UU., los cuales vinieron a realizar sus estudios en dicha institución, además también la escuela tiene acogida por parte de estudiantes de Inglaterra, Holanda, e Inglaterra, (Vanhaverbeke, 2018).

g) Seguimiento

La Escuela de Español Yanapuma brinda seguimiento a los estudiantes mediante la aplicación regular de encuestas con la finalidad de conocer si están obteniendo el aprendizaje adecuado mediante el tipo de actividades. Además, los estudiantes deben entregar informes finales sobre sus experiencias sobre su estudio académico y sobre las actividades realizadas para el mejoramiento de su aprendizaje. Una vez que los estudiantes han concluido sus estudios, la institución, envía a sus correos electrónicos información promocional sobre los cursos, programas y novedades (Vanhaverbeke, 2018).

h) Convenios con agencias turísticas

La Escuela de Español Yanapuma cuenta con la Agencia True Ecuador Travel Yanapuma's, Terradiversa y Poliviotours quienes ofrecen una variedad de actividades de campo como rutas y tours para los estudiantes, tickets aéreos, además como parte sus actividades académicas la escuela promueve proyectos para desarrollar el voluntariado (Vanhaverbeke, 2018).

i) Procesos de admisión

Los estudiantes que deseen realizar un intercambio académico y llegar a ser admitidos en la Escuela de Español Yanapuma deben realizar un examen de ubicación para conocer el nivel y manejo que tiene sobre el idioma y posteriormente el estudiante debe llenar una hoja de solicitud de acuerdo al programa que desea aplicar (Vanhaverbeke, 2018).

j) Medios publicitarios

La Escuela Yanapuma utiliza como medios publicitarios diferentes canales como se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 25.

Medios Publicitarios de la Escuela de Español Yanapuma

CANAL	SERVIDORES
Directo	<ul style="list-style-type: none"> • La misma Institución. • Redes sociales como Facebook, Twitter, Linkedin, Instagram • Página Web: www.yanapumaspanish.org
Indirecto	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante la Asociación Ecuatoriana de Centros de Enseñanza de Español • The Forum on education abroad • Ministerio de Educación • Quito Turismo • American council on the Teaching of foreign languages • American University Washington • Mizzou University of Missouri • University of applied sciences • Erasmus University • Adler University • New York University • Washington University • Albert Einstein College of Medicine of Yeshiva University • Sotogrande International School

Fuente: (Yanapuma Spanihs School, 2015)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Además, la Escuela de Español Yanapuma se promociona a través de su logo, mismo que se presenta a continuación:



Figura 16. Logo de la Escuela de Español Yanapuma

Fuente: Yanapuma Spanihs School. (2015). Logo de la Escuela de Español Yanapuma. [Imagen]. Recuperado de: ecuadorspanishschools-aecee.com/

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

**k) Problemática:**

Cuenca es una ciudad muy bonita, tiene mucha cultura y arte, además su gente es muy amable con los turistas y todo eso es un atractivo que nos ha servido para que los extranjeros decidan venir a estudiar en Cuenca a pesar de haberse contactado en primer lugar con nuestra escuela en Quito. En Cuenca todo está cerca, todo es accesible y es una ciudad en la que nuestros alumnos se adaptan rápidamente, por eso ofrecemos salidas y actividades que involucran a la ciudad y sus atractivos como herramientas para mejorar el aprendizaje (Vanhaverbeke, 2018).

2.2.1.4 Análisis comparativo de las Universidades y Escuelas de Español en la ciudad de Cuenca

De acuerdo al estudio realizado a cada uno de los centros e Instituciones académicas, es preciso realizar un análisis comparativo de los casos, por lo tanto, a continuación, se presenta el siguiente cuadro comparativo:

Tabla 26.

Análisis comparativo de casos

Centro académico	Universidad Cuenca	de	Universidad Azuay	del	Abraham Lincoln	CEDEI	Sampere	Amauta	Simón Bolívar	Yanapuma
Año de creación en la ciudad	1867		1968		1957	1992	1995	2000	2005	2013
Ubicación	Parte moderna de la ciudad de Cuenca		Al sur de la ciudad		Centro de la ciudad	Este de la ciudad	Centro de la ciudad	Centro de la ciudad	Centro de la ciudad	Centro de la ciudad
Número de cursos ofertados	52 carreras Prácticas pre-profesionales		28 carreras		Clases de inglés y español	Clases de español en cursos 12 tipos de cursos	Clases de español Voluntariado	Clases de español Voluntariado	Clases de español	Clases de español Voluntariado
Nivel de costos	Sin costo si es entre universidades que tiene convenios. Sin convenio \$250 la matrícula		Sin costo si es entre universidades que tiene convenios.		\$10 por hora	\$200 - \$500 matrícula Rango de \$380 - \$3.340 (hasta 8 semanas)	\$35 matrícula Rango de \$200 - \$2.123 (hasta 8 semanas)	Rango de \$200 - \$1.600 (hasta 8 semanas)	\$35 matrícula Rango de \$200 - \$1.600 (hasta 8 semanas)	\$35 matrícula Rango de \$120 - \$960 (hasta 8 semanas)
Núm. De estudiantes	350 estudiantes		25 a 30 estudiantes		Seis estudiantes	200 estudiantes	89 estudiantes	113 estudiantes	65 estudiantes	100 estudiantes
País de mayor procedencia	EE.UU.		EE.UU.		Noruega EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.	EE.UU.
Servicios	Alojamiento con familias anfitrionas		Alojamiento con familias anfitrionas		Solo cursos de español e inglés.	Alojamiento con familias anfitrionas	Alojamiento con familias anfitrionas	Alojamiento con familias anfitrionas	Alojamiento con familias anfitrionas	Alojamiento con familias anfitrionas
Alianzas con agencias turísticas	Ninguna		Ninguna		Ninguna	Apullacta	Terradiversa y Ixatours	Terradiversa, Ecuatorian Turig, Almapaca y AGS.	Cazhuma tours	True Ecuador Travel Yanapuma's Terradiversa, Poliviotours
Núm. de familias	97 familias		20 familias		No cuentan con familias	25 familias	36 familias	40 familias	5 familias	8 familias
Facilidad de admisión	Cumplimiento de requisitos generales De pendiendo de la Universidad procedente se aplican evaluaciones		Cumplimiento de requisitos generales		Cumplimiento de requisitos generales	Solicitud en línea	Cumplimiento de requisitos generales	Solicitud en línea	Solicitud en línea	Realizar un examen de ubicación. Solicitud

Utilización de medios publicitarios	Redes sociales y pagina web. Misma Institución e instituciones con las que se mantiene convenios Charlas Agencias Internacionales	Redes sociales y pagina web. Misma Institución e instituciones con las que se mantiene convenios. Charlas La agencia de Intercambios Ordex. La Alianza Francesa	Redes sociales y pagina web. Misma Institución Charlas Mediante la Embajada de EE.UU.	Redes sociales y pagina web. Misma Institución Conferencias online	Redes sociales y pagina web. Misma Institución Mediante la Asociación Internacional de Centros de Idiomas (IALC)	Redes sociales y pagina web. Misma Institución Mediante la Asociación Ecuatoriana de Centros de la Lengua Española. Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación profesional. Universidades de Oregon, Portland, Japón	Redes sociales y pagina web. Misma Institución Mediante la Asociación Ecuatoriana de Centros de la Lengua Española. Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación profesional. Ministerio de Turismo de Quito Ministerio de Educación Fundación Bolívar Publicidades en la revista International Living	Redes sociales y pagina web. Misma Institución Mediante la Asociación Ecuatoriana de Centros de la Lengua Española Ministerio de Educación Quito Turismo American Diversas universidades con las que mantienen convenio.
--	---	---	---	---	---	--	---	--

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl



De acuerdo al análisis comparativo de las Universidades y escuelas de español en la ciudad de Cuenca, se puede observar que la gran mayoría de instituciones se encuentran ubicadas dentro del Centro Histórico de la ciudad y cerca de atractivos turísticos, tales como museos, bares, mercados, entre otros. Además, se puede decir que existe una gran oferta de estudios académicos y voluntariado, así como carreras universitarias o cursos de español.

En cuanto a los costos se puede encontrar que, por lo general, en las universidades el pago debe realizarse en las instituciones de origen, mientras que los precios en las escuelas de español por semana tienen un aproximado de \$200, aunque este puede variar dependiendo de la duración del curso y por el tipo de curso que desee aplicar el estudiante.

De las ocho instituciones analizadas, las que tienen mayor acogida son la Universidad de Cuenca, El CEDEI, Amauta y Yanapuma, así mismo estos centros son los que cuentan con el mayor número de familias anfitrionas, con excepciones de la escuela Yanapuma.

Además, se puede observar claramente que la mayoría de estudiantes que llegan a la ciudad a realizar sus estudios son de EE.UU.

Se puede mencionar que el 50% de las instituciones evaluadas cuentan con alianzas estratégicas y mantienen convenios con agencias turísticas, además cabe recalcar que el proceso de admisión más complejo, en cuanto a trámites legales y variados, es el de la Universidad de Cuenca, mientras que la mayoría de institutos brindan una gran facilidad de procesos de admisión.

En cuanto a los medios publicitarios que utilizan los institutos se observa que la mayoría tienen alianzas con agencias de gran importancia como Agencias internacionales, embajada de EE.UU., Asociación Internacional de Centros de Idiomas (IALC), Asociación Ecuatoriana de Centros de la Lengua Española, Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación profesional, Ministerio de Turismo de Quito, Ministerio de Educación y mediante diversas universidades con las que mantienen convenio.



2.2.1.5 Programas de intercambios estudiantiles internacionales universitarios en la ciudad de Cuenca

2.2.1.5.1 Programas de la Universidad de Cuenca

La Universidad de Cuenca mantiene varios convenios con la finalidad de permitir un intercambio y enriquecimiento tanto educativo como cultural, brindando, además, el apoyo necesario a sus estudiantes extranjeros y nacionales, para ello ha implementado diferentes programas académicos con Centros Educativos Universitarios en varios países de América, Europa y Asia; llegando a contar con 14 convenios con centros educativos de EE.UU, 12 centros en Colombia, 11 centros en México, siete centros en Argentina, cuatro centros en Canadá y Cuba, tres centros en Brasil, Chile y en Venezuela, un centro en Honduras, República Dominicana y en Costa Rica. Además, en Europa la Universidad cuenta con convenios con 30 centros en España, seis centros en Alemania, cinco centros en Italia, cuatro centros en Bélgica y Francia, dos en Holanda, Portugal y Rumania, un centro en Gran Bretaña, Lituania, República Checa y Suecia. Así mismo, la Universidad cuenta con tres centros en China, dos en Rusia, un centro en la India y Japón (Universidad de Cuenca, 2018). (VER ANEXO N°2: PROGRAMAS DE INTERCAMBIO DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA)

La Universidad de Cuenca (2018) mantiene 21 convenios de cooperación académica con entidades internacionales como:

1. AIESEC Ecuador.
2. Alianza Francesa – Cuenca.
3. Asociación Benéfica De Zhong Hua Del Ecuador.
4. Asociación Universitaria Iberoamericana De Postgrado (AUIP).
5. Centro de Investigación y Desarrollo de Medicamentos (CIDEM).
6. Centro Nacional del Medio Ambiente.
7. Corporación Científica Internacional de Dactiloscopia (CCIDD).
8. Fundación Carolina.



9. Fundación Conama.
10. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
11. Instituto Confucio / Hanban.
12. Instituto Departamental de Bellas Artes.
13. Instituto de Medicina Tradicional de Euro-Asia-América de Shanghai.
14. Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA).
15. Jaku Aventura De Servicios CIA. LTDA.
16. La Red N+I De Escuelas De Ingenieros De La República Francesa.
17. The Labyrinth Project.
18. Organización De Los Estados Americanos (OEA).
19. Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española (SIELE).
20. Universidad Holding, S.L.
21. World Heritage Institute of Training and Research for Asia and the Pacific in Shanghai (WHITRAP).

2.2.1.5.2 Programas de la Universidad del Azuay

La Universidad del Azuay mantiene varios convenios internacionales con la finalidad de permitir un intercambio y enriquecimiento tanto educativo como cultural, para ello ha implementado diferentes programas académicos con Centros Educativos Universitarios en varios países de América y Europa; llegando a contar con convenios en cuatros centros de Cuba, tres convenios con centros educativos de Estados Unidos y Chile, dos centros en Brasil, un centro en Colombia, México y Argentina. Además, en Europa la Universidad cuenta con convenios con seis centros en España y un centro en los Países Bajos. Cabe mencionar que todos estos programas académicos tienen mayor aceptación en estudiantes extranjeros antes que los mismos estudiantes de la universidad (Universidad del Azuay, 2017). (VER ANEXO N°3: PROGRAMAS DE INTERCAMBIO DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY)

La Universidad del Azuay (2017) mantiene tres tipos de programas estudiantiles para que los estudiantes extranjeros puedan acoplarse según sus necesidades, a continuación, se presenta en el siguiente cuadro los programas:

Tabla 27.

Programas Estudiantiles

PROGRAMA	DETALLE
Programas regulares	<ul style="list-style-type: none"> • Abierto para todos los estudiantes extranjeros • Examen de suficiencia en el idioma español
Programas a la Carta	<ul style="list-style-type: none"> • Duración de un semestre o un año • Elección de materias de acuerdo a la temporada académica, septiembre se encuentran los niveles impares y en marzo se ofertan los niveles pares • Las materias a solicitar deben ser aprobadas por la universidad de origen del estudiante
Programas especiales	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos individuales o grupales en español o en inglés • Las clases se dictan de acuerdo a la disponibilidad de profesores expertos en la materia elegida

Fuente: (Universidad del Azuay, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

CAPÍTULO III

PERFIL DEL TURISTA DE TURISMO ACADÉMICO PARA LA CIUDAD DE CUENCA

El presente capítulo se centra en el análisis de la demanda, la determinación del perfil del turista de turismo académico, su nivel de gasto, sus gustos y preferencias, entre otros datos; por lo que se realizó un estudio de mercado por medios físicos y electrónicos enfocado a los estudiantes actuales, así como a los exestudiantes de cada uno de los centros.

3.1 Determinación y cálculo de la muestra

Previo a la determinación y el cálculo de la muestra se debió tener en cuenta ciertos puntos, los mismos que permitieron el desarrollo y alcance de los objetivos planteados, entre los cuales se destaca: “Determinar el perfil del turista de turismo académico en la ciudad de Cuenca”. (VER ANEXO N°4 DISEÑO DE TESIS).

3.1.1 Método de investigación

La metodología de investigación utilizada para el presente estudio fue de tipo cuantitativa, lo que permitió exponer las características del grupo analizado a través de un estudio de mercado para entender y determinar el perfil del turista académico.

3.1.2 Técnica de Investigación

La técnica de investigación utilizada para el análisis estadístico fue por medio de encuestas, a través del desarrollo de un diseño aplicado a los participantes. Dicha encuesta estuvo compuesta de 19 preguntas, las mismas que eran de

López Yupa Jonathan Paúl

opción múltiple y fueron aplicadas de manera física y on-line a los estudiantes de los diferentes centros de estudio, la encuesta on-line fue realizada mediante el programa de Google Drive y fue aplicada a los estudiantes que se encuentran o se encontraron inscritos en las escuelas e instituciones analizadas en la presente investigación; dicha información recolectada permitió determinar el perfil de turista académico, su nivel de gasto, sus gustos y preferencias, entre otros datos. (VER ANEXO N°5: DISEÑO DE ENCUESTA)

3.1.3 Universo

Para determinar el universo de la presente investigación se han considerado los estudiantes de intercambio y que estuvieron realizando algún tipo de curso o voluntariado en todas las escuelas e instituciones antes mencionadas y que forman parte del presente estudio. El número total de estudiantes de todos los centros académicos considerados es de 927, por lo que este número será el universo del análisis. A continuación, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 28.

Determinación del Universo

Institución	N° de estudiantes
Universidad de Cuenca	350
Universidad del Azuay	4
CCEN Abraham Lincoln	6
CEDEI	200
Sampere	89
Amauta	113
Simón Bolívar	65
Yanapuma	100
TOTAL	927

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

3.1.4 Muestra

El universo observado es de 927 estudiantes que aplican en los programas de los diferentes centros académicos; para el presente estudio se desea obtener una muestra representativa del universo determinado, por lo que, se utilizó la fórmula del tamaño muestral para universos finitos con un nivel de confianza del 95% y con un margen de error del 5%.

$$n = \frac{NK^2 p.q}{e(N-1) + K^2 p.q}$$

Donde:

N = tamaño población
E = error de estimación
K = nivel de confianza
P = proporción en la población que sí pertenecen a esa clase.
Q = proporción en la población que no pertenecen a esa clase.
n = tamaño de la muestra

Obteniéndose de esta manera el tamaño de la muestra de 272 estudiantes extranjeros.

3.1.5 Procesamiento de la información

El procesamiento de la información fue realizado en el programa SPSS 22,0 software que permitió obtener una frecuencia de cada pregunta realizada a los estudiantes de las diferentes instituciones, obteniéndose de esta manera un análisis detallado del perfil de los usuarios del turismo académico.

3.2 Tabulación y análisis de resultados

De las encuestas aplicadas a la muestra de 272 estudiantes de las diferentes instituciones de estudio se efectuó un análisis tomando en cuenta el tipo de establecimiento al que pertenece cada estudiante, de tal manera que se segmenta en dos grupos separados, a los estudiantes universitarios (37%) de los estudiantes de los que pertenecen a otros institutos (63%), mismo que se presenta a continuación:

Pregunta N°.1 ¿Dónde realizó sus estudios? (o donde se encuentra estudiando actualmente)

Tabla 29

Universidades

Instituciones	Frecuencia	%
Universidad de Cuenca	89	89%
Universidad del Azuay	11	11%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

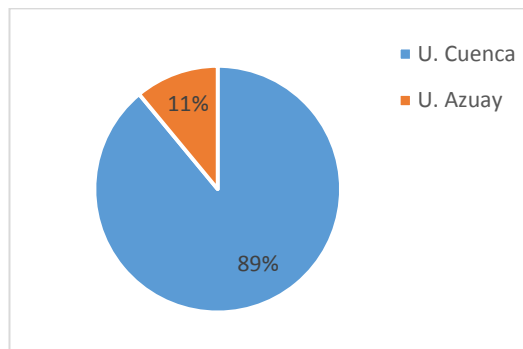


Figura 17. Universidades

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 30

Instituciones

Instituciones	Frecuencia	%
Abraham Lincoln	8	5%
CEDEI	49	28%
Sampere	22	13%
Amauta	44	26%
Simón Bolívar	22	13%
Yanapuma	27	16%
Total	172	100

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

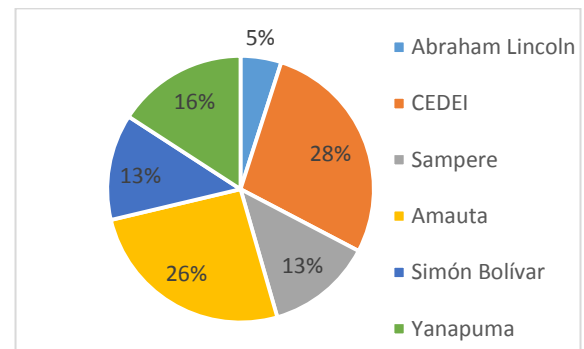


Figura 18. Instituciones

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Del 100% de los encuestados se observa que una la mayoría (89%) de estudiantes se encuentran estudiando en la Universidad de Cuenca y un porcentaje menor (11%) estudia en la Universidad del Azuay.

Así mismo, se observa en la tabla 30, que las instituciones con mayor número de estudiantes son: el CEDEI (28%) y Amauta (26%), mientras que con

menores porcentajes se encuentran las siguientes instituciones: Sampere (16%), el Simón Bolívar (13%), Sampere (13%) y Abraham Lincoln (5%).

Pregunta N°.2 Género

Tabla 31

Universidades: Género

Género	Frecuencia	%
Masculino	40	40%
Femenino	60	60%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 32

Instituciones: Género

Género	Frecuencia	%
Masculino	81	47%
Femenino	91	53%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

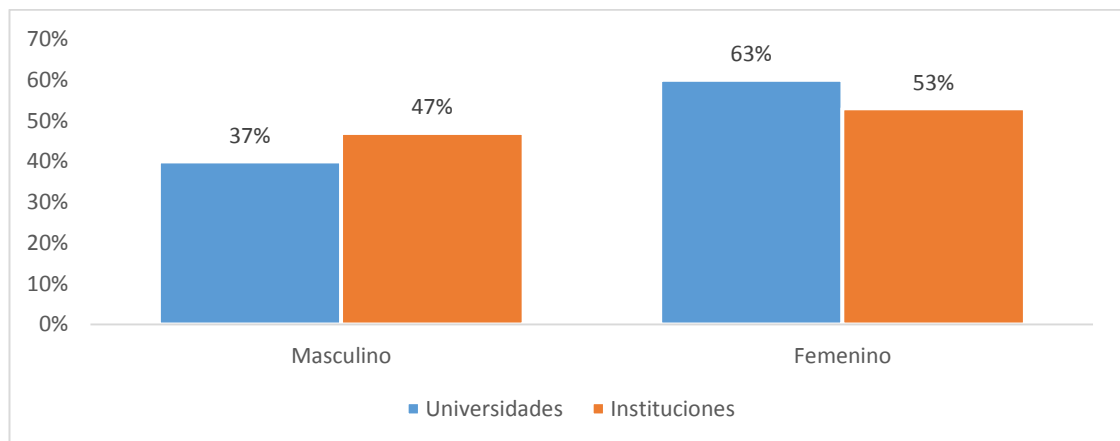


Figura 19. Género

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al analizar las respuestas del total de los turistas encuestados se puede observar que existe una similitud en la distribución del sexo entre los resultados obtenidos en las Universidades y en los otros centros educativos; dándose el caso de que las mujeres son las que más realizan turismo académico, siendo que el 63% de los estudiantes universitarios encuestados eran mujeres y el 37% eran hombres, mientras que en las instituciones educativas el 54% eran mujeres y el 47% varones.

Pregunta N°.3 Procedencia

Tabla 33

Universidades: Procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Alemania	16	16%
Argentina	7	7%
Chile	10	10%
Colombia	13	13%
Francia	8	8%
México	24	24%
Suecia	2	2%
Estados Unidos	18	18%
Venezuela	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 34

Instituciones: Procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Alemania	16	9,5%
Arabia	2	1%
Australia	3	2%
Bermudas	2	1%
Canadá	2	1%
Francia	3	2%
Inglaterra	10	6%
Suecia	2	1%
Suiza	18	10,5%
Estados Unidos	114	66%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

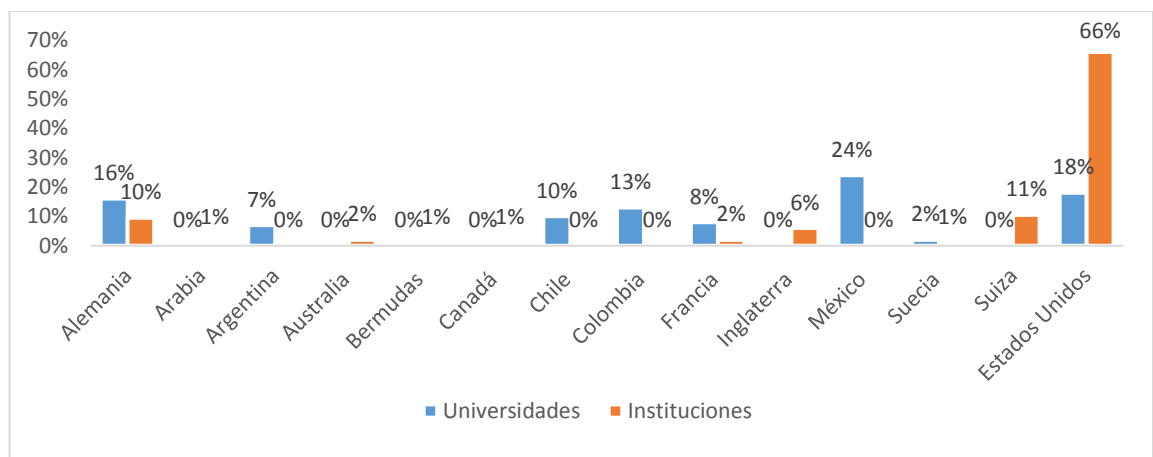


Figura 20. Universidades

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

La realización del análisis estadístico acerca de la procedencia de los estudiantes extranjeros que realizan turismo académico en Cuenca dio como resultado que la mayoría de los que se encuentra en las universidades son provenientes de México (24%), seguido en frecuencia de aquellos provienen de

Estados Unidos (18%), Alemania (16%) y Colombia (13%); lo cual difiere de los resultados obtenidos en aquellos estudiantes de otros centros educativos, puesto que en estas instituciones la gran mayoría de los estudiantes es proveniente de Estados Unidos (66%), seguido en frecuencia por aquellos que provienen de Suiza (11%), Alemania (10%) e Inglaterra (6%).

Pregunta N°.4 ¿Cuál es su lengua materna o nativa?

Tabla 35

Universidades: Lengua materna

Lengua materna o nativa	Frecuencia	Porcentaje
Inglés	20	20%
Alemán	16	16%
Francés	8	8%
Español	54	54%
Sueco	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 36

Instituciones: Lengua Materna

Lengua materna o nativa	Frecuencia	Porcentaje
Inglés	132	77,1%
Alemán	25	14,3%
Francés	13	7,6%
Sueco	2	1%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

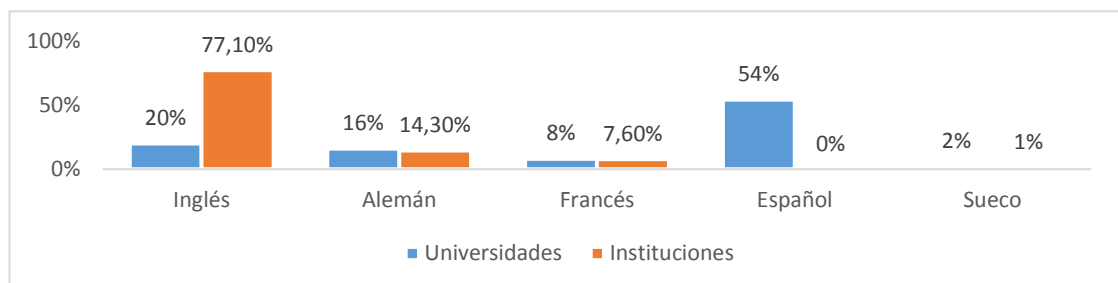


Figura 21. Lengua Materna

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al analizar las tablas 35 y 36 se puede observar que en las universidades la lengua materna con mayor número de presentantes es el español, con un porcentaje del 54%, seguido en frecuencia por el inglés (20%), el alemán (16%) y el francés (8%). Mientras que en las otras instituciones educativas la lengua materna predominante es el inglés, con un porcentaje del 77,1%, seguido en

frecuencia por el alemán (14,3%) y el francés (7,6%); pudiendo notarse una similitud en la distribución de las lenguas maternas, a excepción del idioma español, el cual se encuentra distribuido totalmente en las Universidades.

Pregunta N°.5 Edad que tenía cuando realizó sus estudios en la ciudad de Cuenca (o edad que tiene actualmente si está realizando sus estudios en la ciudad)

Tabla 37

Universidades: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menores de 18	0	0%
De 18 a 24 años	85	85%
De 25 a 34 años	13	13%
Mayor a 65 años	2	2%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 38

Instituciones: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menores de 18	0	0%
De 18 a 24 años	95	55%
De 25 a 34 años	46	26,7%
De 35 a 64 años	23	13,3%
Mayor a 65 años	8	4,8%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

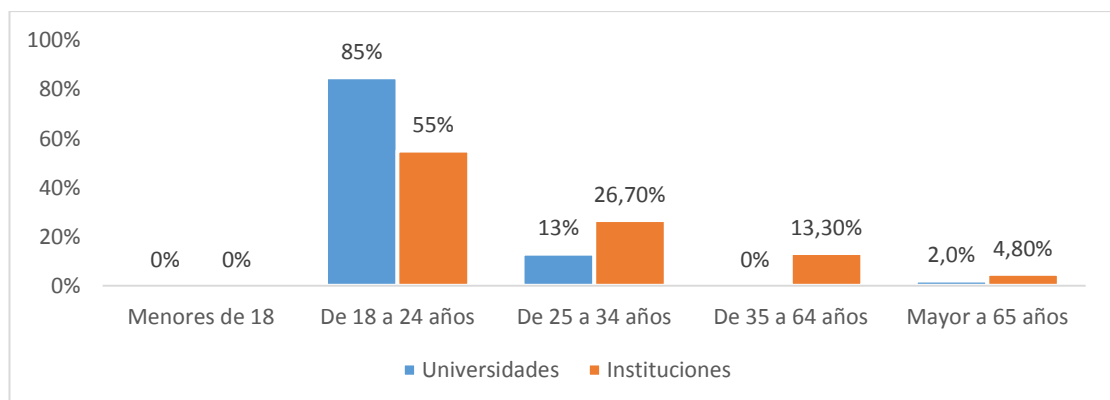


Figura 22. Edades

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Del total de los turistas académicos encuestados se puede observar que, tanto en universidades como en otras instituciones, la mayor parte de estudiantes tienen edades entre los 18 a 24 años, siendo estos el 85% de los que estudian en universidad y el 55% de los que estudian en otras instituciones educativas,

seguido en cifras por aquellos turistas que tienen de 25 a 34 años de edad con un porcentaje del 13% en las universidades y un 26,7% en otras instituciones.

Cabe recalcar que ningún estudiante encuestado tiene menos de 18 años de edad y un mínimo porcentaje tiene más de 65 años (2% en universidades y 4,8% en instituciones educativas).

Pregunta N°.6 Estado civil que tenía cuando realizó sus estudios en la ciudad de Cuenca (o estado civil que tiene actualmente si está realizando sus estudios en la ciudad)

Tabla 39

Universidades: Estado Civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	97	97%
Casado	0	0%
Unión libre	3	3%
Divorciado	0	0%
Viudo	0	0%
Total	100	100%

Tabla 40

Instituciones: Estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	131	76,2%
Casado	23	13,3%
Unión libre	8	4,8%
Divorciado	10	5,7%
Viudo	0	0%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

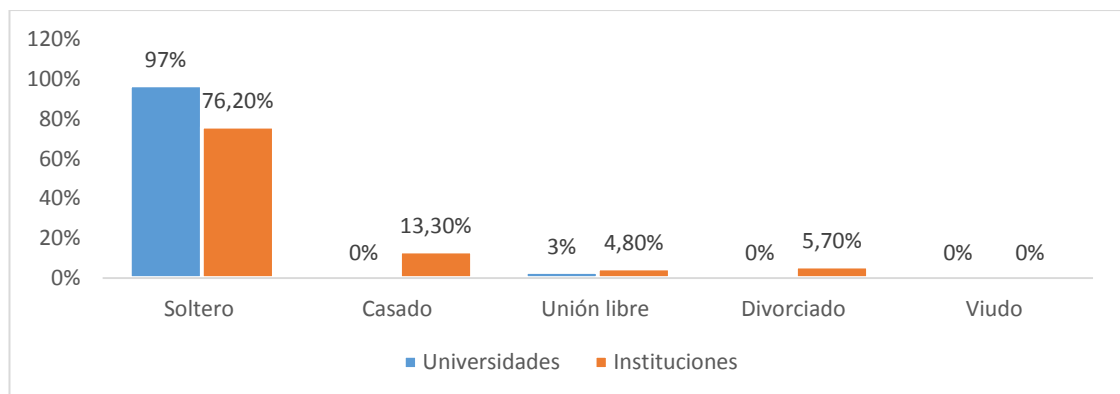


Figura 23. Estado Civil

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al analizar los resultados acerca del estado civil de las personas que realizan turismo académico se puede observar que la mayoría (universitarios y de otras instituciones) son personas solteras, obteniéndose un porcentaje del 97% en

López Yupa Jonathan Paúl

universidades y un 76,2% en instituciones, cabe recalcar que entre los estudiantes universitarios no existen personas casadas, pero si hay un porcentaje del 3% de personas en unión libre; mientras que entre los estudiantes de otras instituciones existe una porcentaje del 13,8% de casados y un 5,7% se encuentra divorciado o divorciada.

Pregunta N°.7 Nivel de estudios que tenía cuando realizó sus estudios en la ciudad (o nivel de estudios que tiene actualmente si está realizando sus estudios en la ciudad)

Tabla 41

Universidades: Nivel de estudios

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
Básica	0	0%
Bachillerato	16	16%
Superior o tercer nivel	77	77%
Cuarto nivel	7	7%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 42

Instituciones: Nivel de estudios

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
Básica	9	5%
Bachillerato	31	18%
Superior o tercer nivel	122	71%
Cuarto nivel	10	6%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

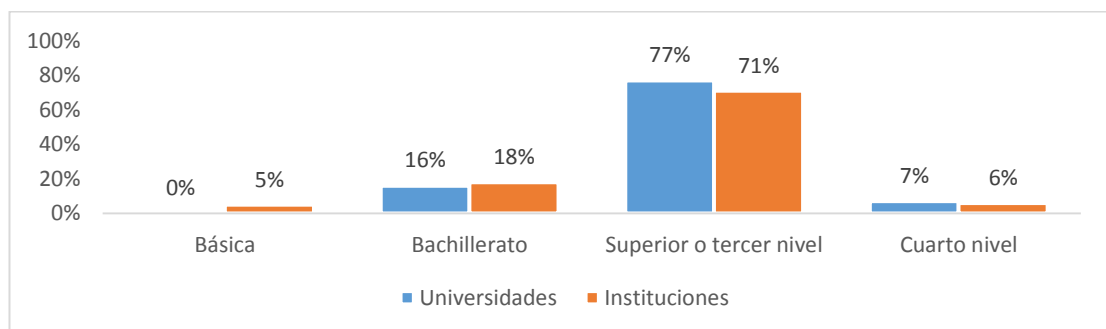


Figura 24. Nivel de estudios

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

En la pregunta número 7 se obtuvo que tanto en universidades como en otros centros educativos la gran mayoría de encuestados tenía o tiene un nivel académico de tercer nivel, con porcentajes del 77% y el 71%, respectivamente.

Al analizar esta pregunta también se puede observar que los estudiantes de secundaria o bachillerato ocupan el segundo lugar en porcentaje, tanto en universidades como en centros educativos, puesto que el 16% de los turistas académicos tenían un nivel de educación de secundaria cuando iniciaron sus estudios en las universidades de Cuenca y el 18% lo tenían antes de ingresar a otras instituciones; finalmente, y en porcentajes aún más pequeños se encuentran los estudiantes de cuarto nivel y básica.

Pregunta N°.8 ¿Qué tipo de programa de estudios está realizando actualmente en la ciudad de Cuenca (o que programa realizó)?

Tabla 43

Universidades: Tipo de programa

Tipo de programa	Frecuencia	Porcentaje
Voluntariado	7	7%
Cursos de español	10	10%
Curso de tercer nivel	82	82%
Cursos vacacional	2	2%
Otro	0	0%
Total	100	100%

Tabla 44

Instituciones: Tipo de programa

Tipo de programa	Frecuencia	Porcentaje
Voluntariado	5	3%
Cursos de español	139	81%
Curso de tercer nivel	10	5%
Cursos vacacional	15	9%
Otro	3	2%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

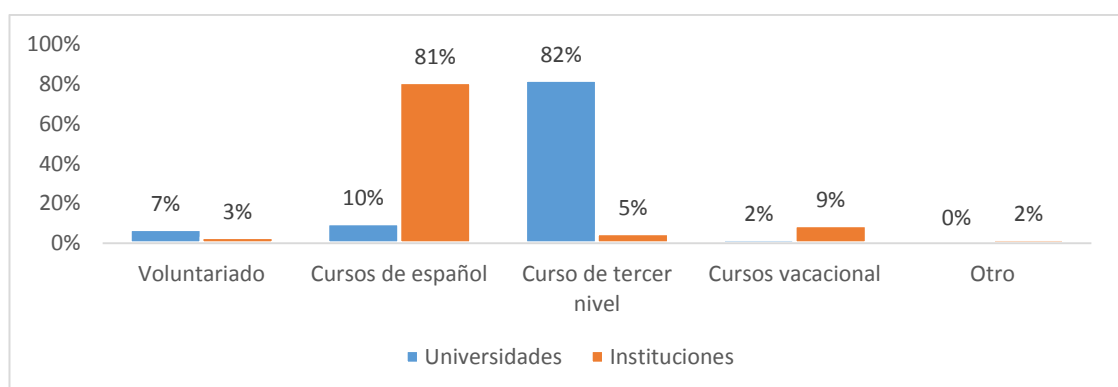


Figura 25. Tipo de programa

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al realizar el análisis estadístico de la pregunta 8 (¿Qué tipo de programa de estudios está realizando actualmente o realizó en la ciudad de Cuenca?), se puede notar una gran diferencia entre aquellos que estudian en universidades y aquellos que asisten a otro tipo de instituciones. En el caso de las universidades se pudo observar que el 82% de los encuestados se encuentra asistiendo a cursos educativos de tercer nivel, seguidos en frecuencia por aquellos que asisten a cursos de español (10%) y voluntariado (7%); mientras que en otras instituciones educativas se encontró que el 81% de estudiantes se encuentran cursando en clases de español, seguidos en frecuencia de cursos vacacionales con un 9% y cursos de tercer nivel con un porcentaje del 5%.

Pregunta N°.9 Periodo en el que llegó a la ciudad para realizar sus estudios

Tabla 45

Universidades: Periodo de estudios

Periodo	Frecuencia	Porcentaje
De septiembre a febrero	43	43%
De marzo a agosto	57	57%
Total	272	100%

Tabla 46

Instituciones: Periodo de estudios

Periodo	Frecuencia	Porcentaje
De septiembre a febrero	76	44%
De marzo a agosto	96	56%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

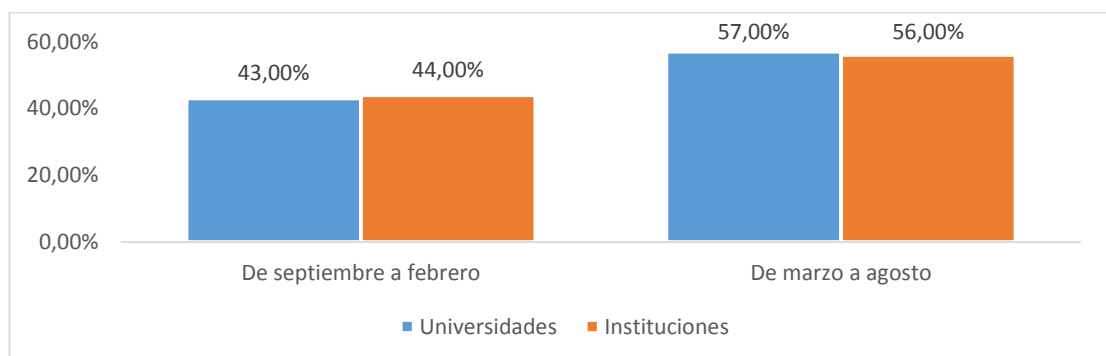


Figura 26. Periodo de estudios

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

El análisis de esta pregunta demostró que la mayoría de estudiantes, tanto en universidades como otras instituciones, ingresaron para el periodo lectivo de marzo a agosto (57% en universidad y 56% en otros establecimientos), mientras que un porcentaje del 43% de universitarios ingresó en el periodo de septiembre a febrero y el 44% de estudiantes de otros centros educativos ingresaron durante este mismo periodo.

Pregunta N°. 10 ¿Cuál es la duración estimada de su estudio?

Tabla 47

Universidades: Duración

Duración estimada de estudio	Frecuencia	Porcentaje
Una semana	0	0%
Dos semanas	0	0%
Tres semanas	2	2%
Un mes	2	2%
Más de un mes	96	96%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 48

Instituciones: Duración

Duración estimada de estudio	Frecuencia	Porcentaje
Una semana	0	0%
Dos semanas	34	20%
Tres semanas	2	1%
Un mes	74	43%
Más de un mes	62	36%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

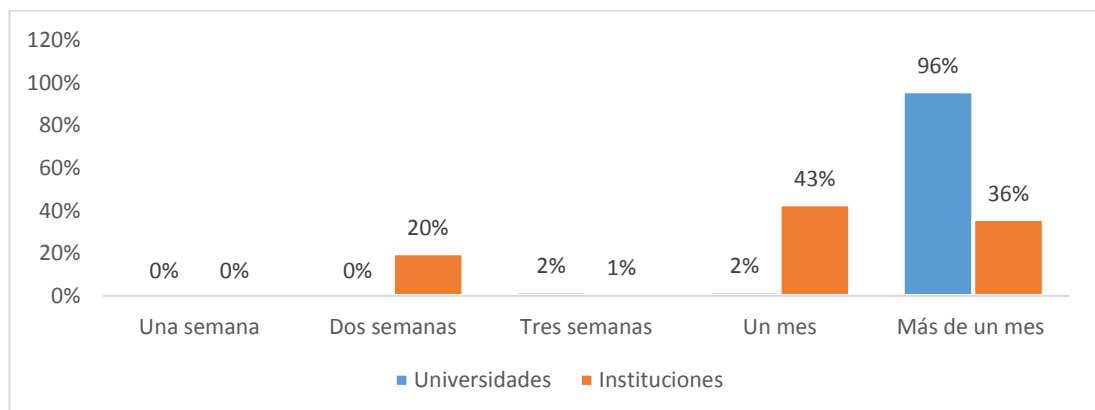


Figura 27. Duración estimada

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

López Yupa Jonathan Paúl

Al analizar las respuestas acerca del tiempo de estudios durante el cual se encontraran en la ciudad de Cuenca, se pudo observar diferencias entre los porcentajes de las respuestas de los estudiantes de las diferentes instituciones, puesto que el 92% de los estudiantes universitarios refirieron que su periodo de estudios será mayor a un mes y en menores porcentajes están aquellos cuyos estudios duraran 2 semanas o un mes exacto (2% de cada uno); mientras que en otras instituciones educativas el 43% de estudiantes encuestados refirió que sus estudios durarán un mes, seguido en frecuencia por aquellos que refirieron que sus estudios duraran más de un mes y por aquellos que estudiaran durante 2 semanas (36% y 20% respectivamente).

Pregunta N°. 11 Del 1 al 5 califique la calidad académica recibida por parte de la institución

Tabla 49

Universidades: Calidad académica

Nivel de calidad	Frecuencia	Porcentaje
1 = Muy bajo	0	0%
2= Bajo	3	3%
3= Indiferente	17	17%
4= Alto	40	40%
5= Excelente	40	40%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 50

Instituciones: Calidad académica

Nivel de calidad	Frecuencia	Porcentaje
1 = Muy bajo	0	0%
2= Bajo	0	0%
3= Indiferente	10	5,7%
4= Alto	62	36,2%
5= Excelente	100	58,1%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

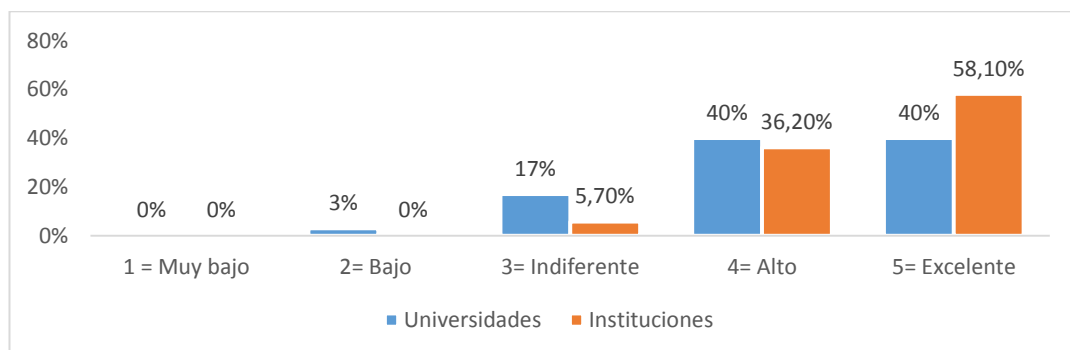


Figura 28. Calidad académica

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

López Yupa Jonathan Paúl

Al consultar a los estudiantes de las diferentes universidades se obtuvo como resultado que el 40% considera a la educación como “excelente” y otro 40% de estudiantes la califica simplemente como “alta”, además es necesario tener en cuenta que un 17% de encuestados se mantiene indiferente ante la calidad de la educación brindada en universidades. Estas cifras difieren en comparación a las encontradas en las encuestas a estudiantes de otros centros educativos, ya que el 58,1% refirieron que el nivel de educación en sus respectivas instituciones era excelente, seguido en frecuencia por un 36,2% quienes manifestaron que la educación fue de un nivel “alto” y un 5,7% que se encontró indiferente ante el nivel académico.

Pregunta N°. 12. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza durante su estadía en la ciudad de Cuenca (o utilizó durante su estadía)?

Tabla 51

Universidades: Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
Casa de una familia	37	37%
Cuarto para estudiante	52	52%
Hotel	0	0%
Hostal	0	0%
Apartamento	11	11%
Total	100	100%

Tabla 52

Instituciones: Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
Casa de una familia	93	54%
Cuarto para estudiante	10	6%
Hotel	7	4%
Hostal	14	8%
Apartamento	48	28%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

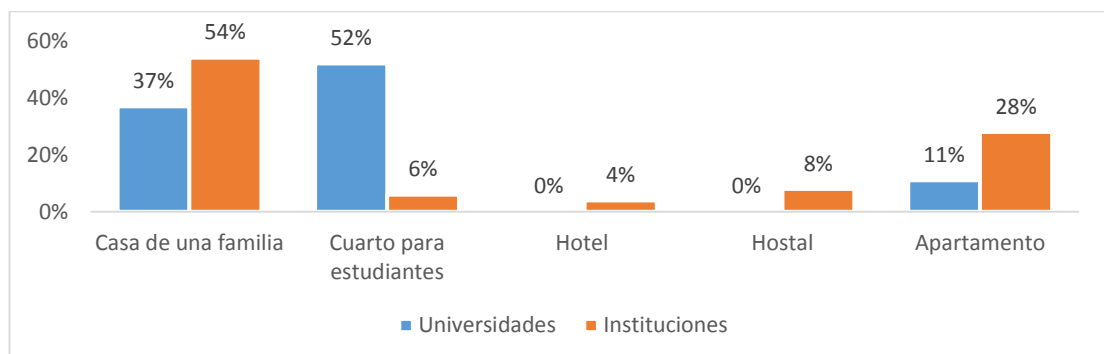


Figura 29. Tipo de alojamiento

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al realizar un análisis acerca del hospedaje que utilizaron los turistas académicos durante su estancia en Cuenca se pudo observar que existen diferencias significativas entre aquellos que se encontraban en universidades de aquellos que estudiaban en otros centros educativos, dándose el caso de que la mayoría los universitarios utilizaron cuartos para estudiantes (52%), seguido en frecuencia por aquellos que utilizaron casas familiares y apartamentos (37% y 11% respectivamente); mientras que al encuestar a los estudiantes de otros centros educativos, el 54% de ellos refirió que se hospedaba en casas familiares, seguido en frecuencia por aquellos que refirieron hospedarse en apartamentos (28%) y en menor porcentaje aquellos que se hospedaban en hostales (8%).

Pregunta N°. 13 ¿Cuál es el gasto total promedio que ha tenido por mes en su estancia en la ciudad de Cuenca?

Tabla 53

Universidades: Gasto promedio mensual

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$371	21	21%
De \$372 a \$742	45	45%
De \$743 a \$993	21	21%
De \$993 a \$1.199	10	10%
Más de \$1.200	3	3%
Total	100	100%

Tabla 54

Instituciones: Gasto promedio mensual

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$371	26	15%
De \$372 a \$742	43	25%
De \$743 a \$993	72	42%
De \$993 a \$1.199	21	12%
Más de \$1.200	10	6%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

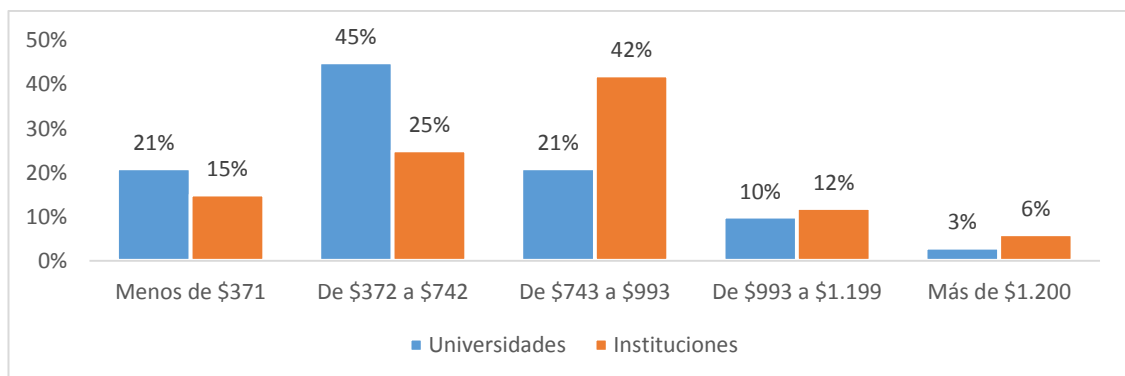


Figura 30. Gasto promedio mensual

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

En cuanto al gasto promedio mensual se puede observar diferencias sustanciales entre los estudiantes de universidad y los que pertenecían a otros centros educativos. Esto se debe a que la mayoría de universitarios (45%) refirió un gasto mensual entre \$372 a \$742, seguido en frecuencia por aquellos que manifestaron gastar menos de \$371 y quienes gastaron de \$743 a \$993 (21% cada uno); por el contrario, al analizar las respuestas de los estudiantes de otras instituciones se observó que la mayor parte de ellos (42%) gastaba entre \$743 a \$993, seguido en porcentajes por aquellos que refirieron gastar entre \$372 a \$742 y menos de \$372 mensuales, con porcentajes de 25% y 15%, respectivamente.

Pregunta N°.14 ¿Cuál fue o es el gasto mensual promedio en los siguientes rubros durante su estancia en la ciudad de Cuenca?

- **Alojamiento**

Tabla 55

Universidades: Gasto promedio mensual de alojamiento

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	58	58%
De \$151- \$300	37	37%
De \$301 - \$450	2	2%
De \$301 - \$450	2	2%
De \$601 - \$750	1	1%
Más de \$751	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 56

Instituciones: Gasto promedio mensual de alojamiento

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	77	44,8%
De \$151- \$300	59	34,3%
De \$301 - \$450	21	12,4%
De \$301 - \$450	3	1,9%
De \$601 - \$750	12	6,7%
Más de \$751	0	0%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

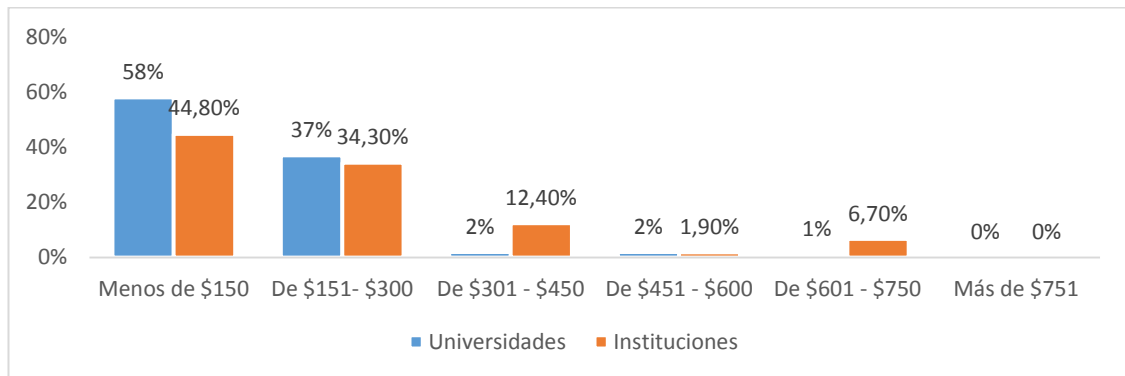


Figura 31. Gasto promedio mensual de alojamiento

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al realizar el análisis estadístico del gasto mensual promedio en alojamiento de los turistas académicos de los diferentes centros educativos se puede observar que la mayor parte de los universitarios (58%) y los estudiantes de otras instituciones (44,8%) gastaban menos de \$150 mensuales, seguidos en frecuencia por aquellos que gastaron de \$151 a \$300, con un porcentaje de 37% de universitarios y de 34,4% en alumnos de otros centros educativos.

- **Alimentación**

Tabla 57

Universidades: Gasto promedio mensual
Alimentación

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	36	36%
De \$151- \$300	60	60%
De \$301 - \$450	6	6%
De \$451 - \$600	3	3%
De \$601 - \$750	1	1%
Más de \$751	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 58

Instituciones: Gasto promedio mensual
Alimentación

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	57	33%
De \$151- \$300	101	59%
De \$301 - \$450	10	6%
De \$451 - \$600	2	1%
De \$601 - \$750	2	1%
Más de \$751	0	0%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

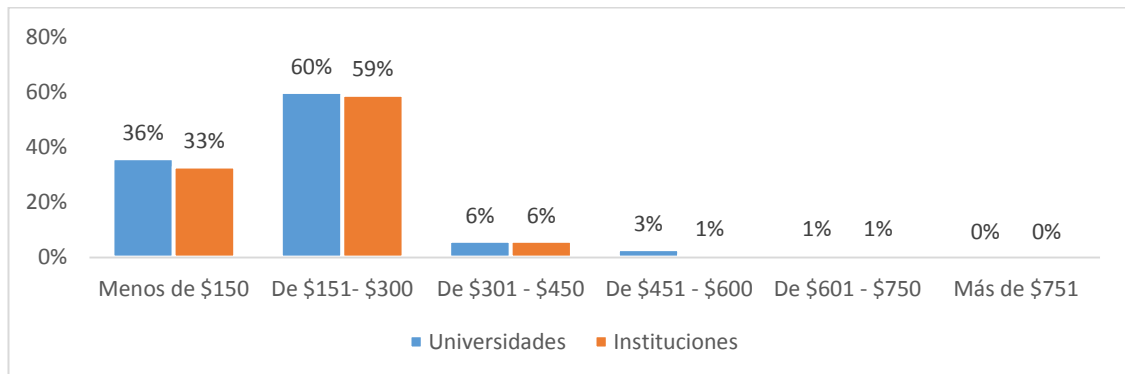


Figura 32. Gasto promedio mensual de alimentación

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

El análisis estadístico del gasto mensual promedio de los estudiantes con respecto al rubro de alimentación reveló que la mayoría de los estudiantes universitarios y de aquellos de otras instituciones gastaban entre \$151 y \$300, con porcentajes del 60% y el 59%, respectivamente, seguidos en frecuencia por aquellos que gastaron menos de \$151 mensuales, los universitarios con cifras del 36% y los de otras instituciones con el 33%; mientras que en porcentajes menores están quienes gastaban entre \$301 y \$450 (6%, tanto en universidades como en otras instituciones).

- **Compras**

Tabla 59

Universidades: Gasto promedio mensual
Compras

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	76	76%
De \$151 - \$300	20	20%
De \$301 - \$450	2	2%
De \$451 - \$600	0	0%
De \$601 - \$750	2	2%
Más de \$751	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 60

Instituciones: Gasto promedio mensual
Compras

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	126	73%
De \$151 - \$300	34	20%
De \$301 - \$450	12	7%
De \$451 - \$600	2	1%
De \$601 - \$750	0	0%
Más de \$751	0	0%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

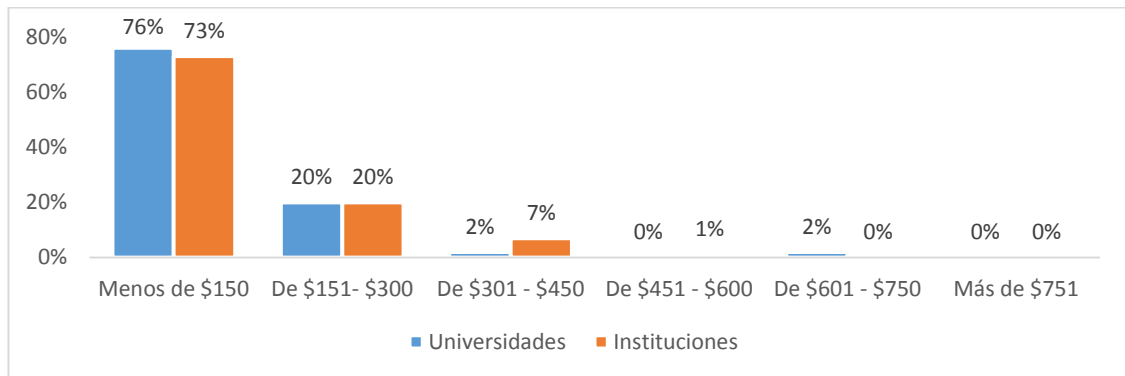


Figura 33. Gasto promedio mensual de compras

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

En cuanto al gasto promedio mensual con respecto a las compras realizadas por los estudiantes es necesario mencionar que se presentaron porcentajes cercanos entre los estudiantes universitarios y los de otras instituciones, de tal manera que se puede observar que el 76% de los universitarios refirieron haber gastado menos de \$150 mensuales en compras, mientras que el 73% de los estudiantes de otras instituciones refirieron haber gastado un monto similar. También se pudo observar que el 20% de los universitarios y el 20% de estudiantes de otros centros educativos refirieron haber gastado entre \$151 y \$300 y finalmente el 2% de universitarios gastaron entre \$301 y \$450, mientras que el 7% de alumnos de otras instituciones obtuvieron este mismo rango de gastos en compras.

• Viajes

Tabla 61

Universidades: Gasto promedio mensual
Viajes

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	42	42%
De \$151 - \$300	50	50%
De \$301 - \$450	5	5%
De \$451 - \$600	2	2%
De \$601 - \$750	1	1%
Más de \$751	0	0%
Total	100	100%

Tabla 62

Instituciones: Gasto promedio mensual
Viajes

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	83	48%
De \$151 - \$300	60	35%
De \$301 - \$450	19	11%
De \$451 - \$600	5	3%
De \$601 - \$750	5	3%
Más de \$751	0	0%
Total	172	100%

López Yupa Jonathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

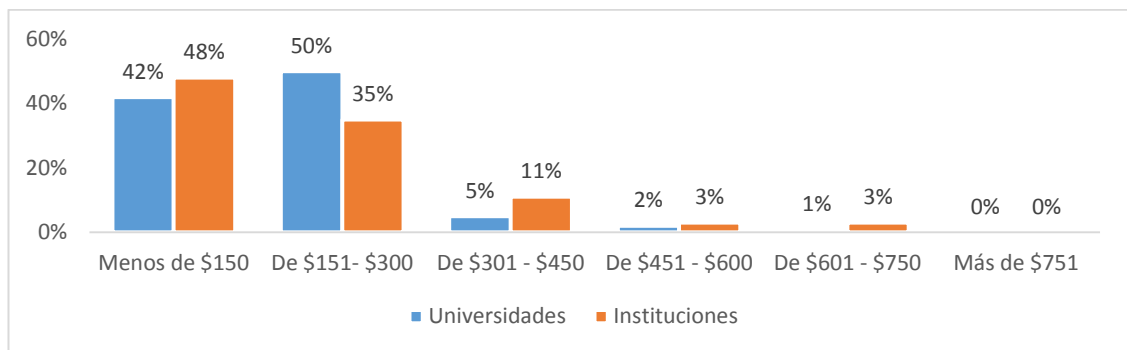


Figura 34. Gasto promedio mensual de viajes

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al realizar el análisis estadístico del gasto mensual promedio en viajes de los estudiantes se pudo observar diferencias en los porcentajes de los rangos de gastos, puesto que en los estudiantes de una universidad el 50% refirió gastar entre \$151 y \$300, seguidos en frecuencia por aquellos que gastaron menos de \$150 (42%), mientras entre los estudiantes de otras instituciones el 48% manifestó haber gastado menos de \$150, seguido en porcentaje (35%) por aquellos que refirieron haber gastado entre \$151 y \$300 y el 11% refirió haber gastado entre \$301 a \$450. Este hecho podría estar en relación con el gasto de estudios, pudiendo deducirse que al tener un menor gasto de universidad los alumnos universitarios pueden permitirse gastar más dinero en viajes que aquellos que asistieron a otro tipo de instituciones.

- **Estudios**

Tabla 63

Universidades: Gasto promedio mensual
Estudios

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	74	74%
De \$151 - \$300	21	21%
De \$301 - \$450	3	3%
De \$451 - \$600	0	0%
De \$601 - \$750	2	2%
Más de \$751	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

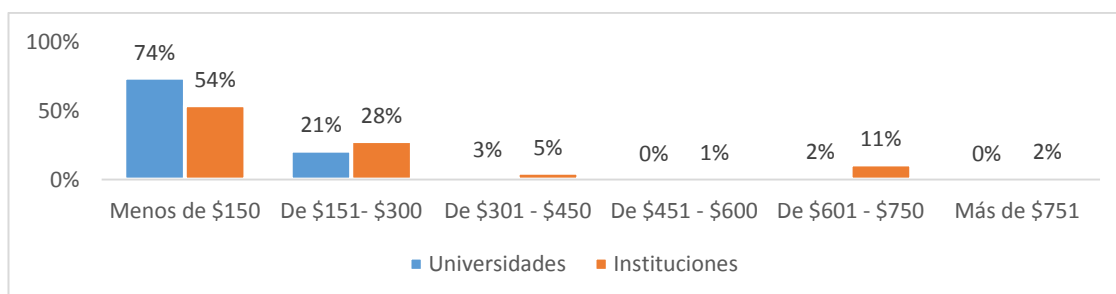
Tabla 64

Instituciones: Gasto promedio mensual
Estudios

Gasto promedio mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$150	93	54%
De \$151 - \$300	48	28%
De \$301 - \$450	9	5%
De \$451 - \$600	2	1%
De \$601 - \$750	19	11%
Más de \$751	3	2%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

**Figura 35.** Gasto promedio mensual de estudios

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

El análisis del gasto mensual promedio de los estudiantes con respecto al rubro de estudios demostró que el 74% de los universitarios gastó menos \$150, seguido en porcentaje por aquellos que gastaron entre \$151 y \$300 (21%) y en menor porcentaje aquellos que gastaban entre \$301 a \$450 y aquellos que gastaron \$601 y \$750, con porcentajes de 3% y 2% respectivamente; mientras que en aquellos estudiantes de otras instituciones el grupo más numeroso fueron aquellos que refirieron gastar menos de \$150, con un porcentaje del 54%, seguido en frecuencia por aquellos que gastaban entre \$151 y \$300 (28%) y por quienes destinaban entre \$601 y \$750 mensuales a su educación (11%).



Pregunta N°.15 ¿Determine la importancia de los siguientes factores al elegir a la ciudad de Cuenca como su centro de formación académica?

Tabla 65.

Universidades: Factores de motivación

Motivación	Nada importante		Poco importante		Indiferente		Importante		Muy importante		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Costo de Vida	5	5%	0	0%	18	18%	29	29%	48	48%	100	100%
Calidad académica	1	1%	3	3%	7	7%	31	31%	58	58%	100	100%
Clima	1	1%	7	7%	16	16%	37	37%	39	39%	100	100%
Seguridad	1	1%	0	0%	13	13%	31	31%	55	55%	100	100%
Atractivos turísticos	1	1%	2	2%	13	13%	42	42%	42	42%	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

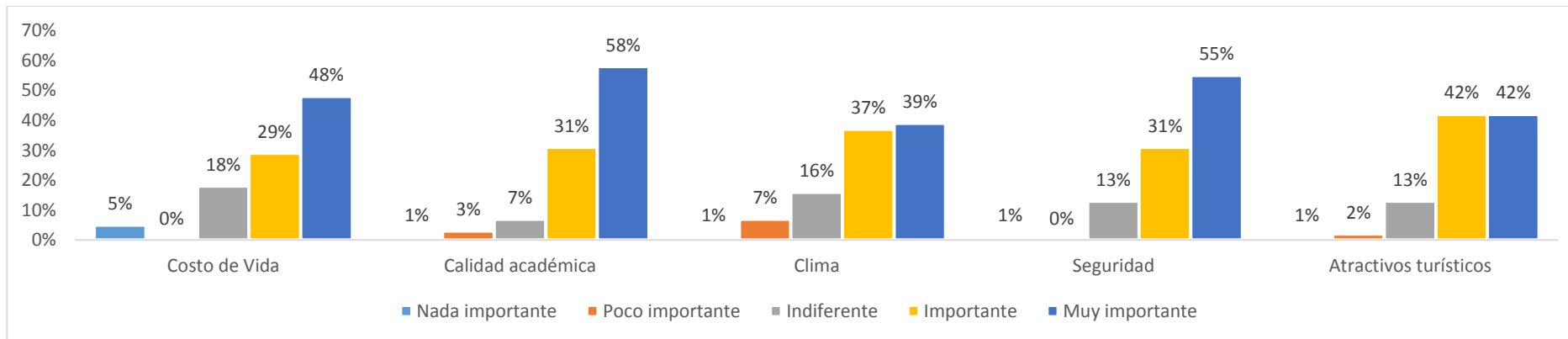


Figura 36. Factores de motivación

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al realizar un análisis estadístico acerca de los factores que motivaron a los turistas a elegir a la ciudad de Cuenca como su sede de estudios se pudo observar lo siguiente:

Al consultar acerca del costo de vida como un factor determinante el 48% indicaron que este factor fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad de Cuenca como su centro de formación académica, seguido por el 29% que señalaron que este factor fue importante, en menores porcentajes del 18% se mostraron indiferentes ante este factor, y finalmente el 5% indicaron que para ellos es nada importante este factor, respectivamente.

En cuanto a la calidad académica como factor de elección de los turistas se obtuvo que el 58% señalaron que este factor fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad como su centro de formación, seguido en frecuencia por un 31% de personas, quienes opinaron que este factor es importante; en menores porcentajes, el 7% se mostraron indiferentes ante este factor, el 3% opinó que este factor es poco importante y el 1% indicó que este factor es nada importante.

Sobre el clima de la ciudad, el 39% de los estudiantes encuestados mencionaron que fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad como su centro de formación, seguido por el 37%, quienes refirieron que este factor influye de manera importante. También se puede observar que el 16% de turistas se mostraron indiferentes ante este factor, mientras que el 7% y el 1% indicaron que para ellos es poco y hasta nada importante, respectivamente.

En cuanto a la seguridad, el 55% de encuestados señalaron que este factor fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad como su centro de formación, seguido por un 31% quienes mencionaron que este elemento simplemente es importante, el 13% se mostraron indiferentes y por último el 1% señalaron que para ellos es poco importante este factor.



Como último factor están los atractivos turísticos, los cuales, de acuerdo al 42% de los estudiantes encuestados son muy importantes e importantes, el 13% se mostraron indiferentes ante este factor, el 2% indicaron que para ellos es poco importante y por último el 1% señalaron que para ellos es nada importante.

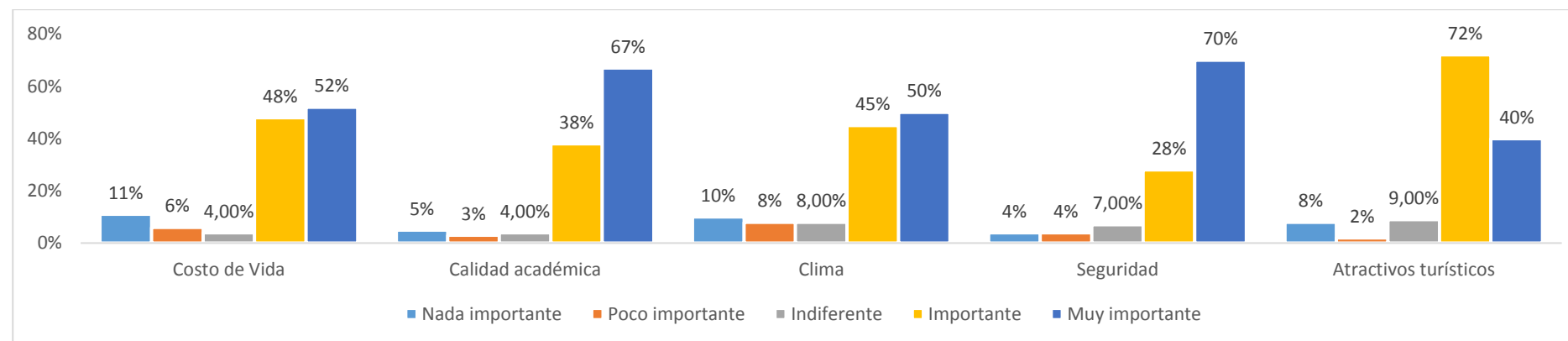
**Tabla 66.**

Instituciones: Factores de motivación

Motivación	Nada importante		Poco importante		Indiferente		Importante		Muy importante		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Costo de Vida	19	11%	10	6%	7	4%	48	48%	89	52%	172	100%
Calidad académica	9	5%	5	3%	7	4%	38	38%	115	67%	172	100%
Clima	17	10%	14	8%	14	8%	45	45%	86	50%	172	100%
Seguridad	7	4%	7	4%	12	7%	28	28%	120	70%	172	100%
Atractivos turísticos	14	8%	3	2%	15	9%	72	72%	69	40%	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

**Figura 37.** Instituciones: Factores de motivación

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al realizar un análisis estadístico acerca de los factores que motivaron a los turistas a elegir a la ciudad de Cuenca como su sede de estudios en Instituciones no Universitarias se pudo observar lo siguiente:

Al consultar acerca del costo de vida como un factor determinante el 52% indicaron que este factor fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad de Cuenca como su centro de formación académica, seguido por el 48% que señalaron que este factor fue importante, en menores porcentajes del 11% indicaron que es este factor es nada importante, y finalmente el 6% y el 4% indicaron que para ellos es poco importante e indiferentes ante este factor, respectivamente.

En cuanto a la calidad académica como factor de elección de los turistas se obtuvo que el 67% señalaron que este factor fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad como su centro de formación, seguido en frecuencia por un 38% de personas, quienes opinaron que este factor es importante; en menores porcentajes, el 5% opinó que este factor no es nada importante, el 4% se mostraron indiferentes ante este factor y el 3% indicó que este factor es poco importante.

Sobre el clima de la ciudad, el 50% de los estudiantes encuestados mencionaron que fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad como su centro de formación, seguido por el 45%, quienes refirieron que este factor influye de manera importante. También se puede observar que el 10% indicaron que para ellos no es nada importante y el 8% estudiantes se mostraron indiferentes ante este factor, igual que los estudiantes que mencionaron que es poco importante.

y el 6,40% indicaron que para ellos es poco y hasta nada importante, respectivamente.

En cuanto a la seguridad, el 70% de encuestados señalaron que este factor fue muy importante en el momento de elegir a la ciudad como su centro de



formación, seguido por un 28% quienes mencionaron que este elemento simplemente es importante, el 7% se mostraron indiferentes, el 4% indicaron que para ellos es poco o nada importante este factor.

Como último factor están los atractivos turísticos, los cuales, de acuerdo al 72% de los estudiantes encuestados son importantes, el 40% refirió que es muy importante, el 9% se mostraron indiferentes ante este factor, el 8% indicaron que para ellos es nada importante y por último el 2% señalaron que para ellos es poco importante.



Pregunta N°.16 Además de sus actividades educativas, ¿Cuál es su opinión luego de realizar las siguientes actividades?

Tabla 67.

Universidades: Opinión sobre actividades

Opinión sobre	Totalmente insatisfecho		Insatisfecho		Ni satisfecho ni insatisfecho		Satisfecho		Totalmente satisfecho		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Visita a sitios patrimoniales y arqueológicos	5	5%	0	0%	10	10%	65	65%	20	20%	100	100%
Visita a museos	7	7%	1	1%	21	21%	58	58%	13	13%	100	100%
Asistencia a eventos culturales	7	7%	0	0%	27	27%	50	50%	16	16%	100	100%
Actividades deportivas	2	2%	10	10%	31	31%	47	47%	10	10%	100	100%
Visita a comunidades	5	5%	10	10%	32	32%	40	40%	13	13%	100	100%
Visita a cantones cercanos	2	2%	10	10%	23	23%	47	47%	18	18%	100	100%
Visita a provincias de la costa	7	7%	2	2%	29	29%	45	45%	17	17%	100	100%
Visita a provincias de la sierra	4	4%	3	3%	15	15%	57	57%	21	21%	100	100%
Visita a provincias de la oriente	8	8%	1	1%	15	15%	58	58%	18	18%	100	100%
Visita a Galápagos	11	11%	3	3%	13	13%	46	46%	27	27%	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

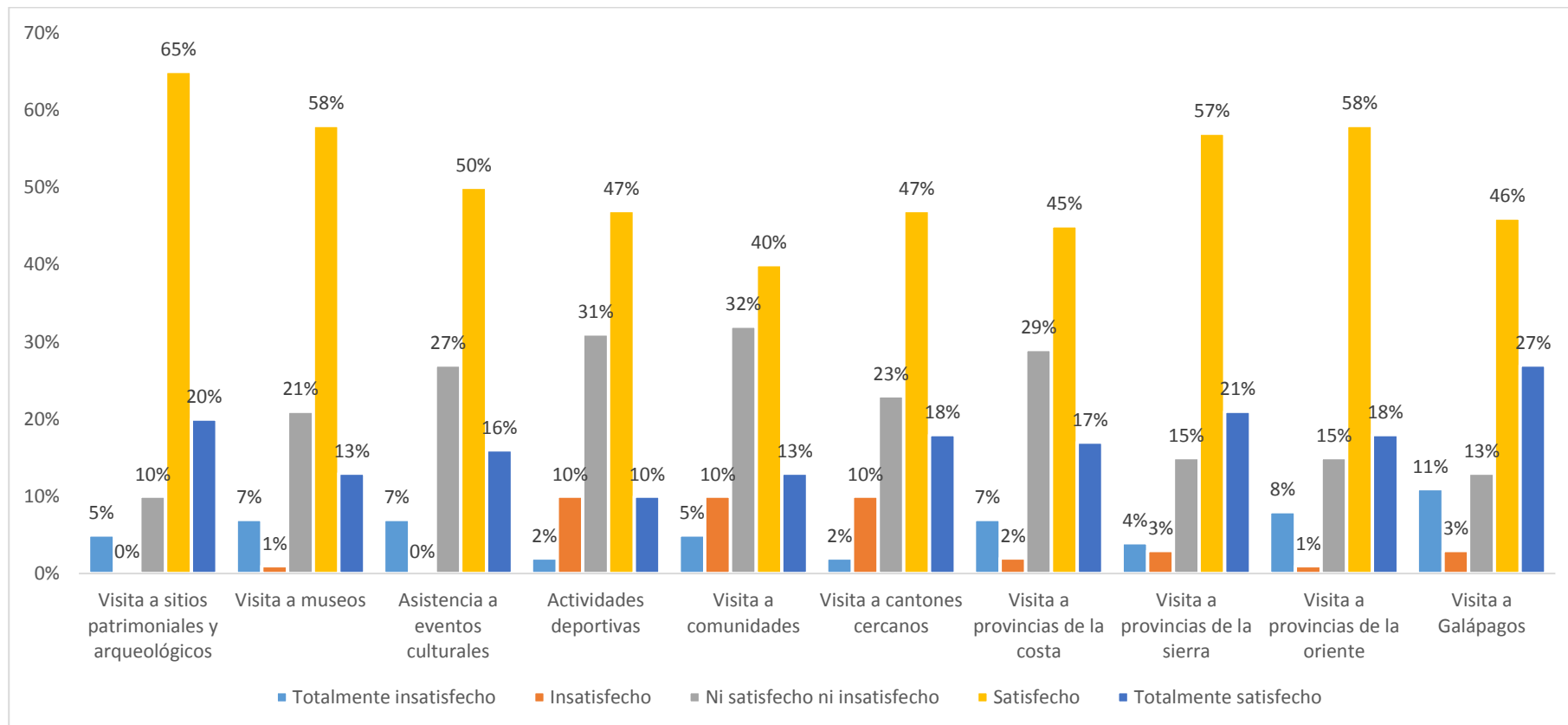


Figura 38. Instituciones: Opinión sobre actividades

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al consultar a los estudiantes que realizan sus estudios en las Universidades acerca de su opinión de las diferentes actividades que se pueden realizar en la ciudad, aparte de las actividades educativas, se obtuvieron los siguientes resultados:

En lo que concierne a visitas a sitios patrimoniales y arqueológicos: el 65% de los estudiantes señalaron satisfacción luego de haber realizado la actividad, el 20% se sintieron totalmente satisfechos, el 10% indicaron estar ni satisfechos ni insatisfechos, en menores porcentajes se presentaron el 5% totalmente insatisfechos.

Así también, se consultó acerca de la visita a museos, dando como resultado que el 58% de los estudiantes indicaron haberse sentido satisfechos luego de haber realizado esta actividad, el 21% no se encontró satisfecho ni insatisfecho, el 13% señalaron estar totalmente satisfechos con la actividad realizada y el 7% indicaron estar totalmente insatisfechos y el 1% insatisfechos.

En la asistencia a eventos culturales se obtuvo como resultado que el 50% de los encuestados señalaron encontrarse satisfechos con la actividad realizada, el 270% manifestaron que luego de haber realizado dicha actividad no se encontraban satisfechos ni insatisfechos, mientras que el 16% indicaron encontrarse totalmente satisfechos, además se encontró que el 7% se sintieron totalmente insatisfechos.

En cuanto a las actividades deportivas se destaca que el 47% de los estudiantes manifestaron encontrarse satisfechos con dicha actividad, mientras que 31% señalaron encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos; también se observó que solo el 10% indicó encontrarse totalmente satisfechos e insatisfecho y en menores porcentajes del 2% se encontró totalmente insatisfecho.

El 39% de los encuestados opinaron encontrarse satisfechos luego de haber visitado comunidades, al 40% manifestaron encontrarse satisfechos con dicha

actividad, el 32% se sintieron ni satisfecho ni insatisfechos, solo el 13% manifestó que se encontraban totalmente satisfechos con esta actividad, y en menores porcentajes se puede observar que el 10% se encontró totalmente insatisfecho y el 5% manifestaron encontrarse insatisfechos mientras.

En la visita de cantones cercanos, el 47% de extranjeros señalaron encontrarse satisfechos con la realización de esta actividad, mientras que el 23% indicaron encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos, el 18% manifestaron encontrarse totalmente satisfechos, en menores porcentajes del 10% de los turistas mostraron que se encontraban insatisfechos con esta actividad y el 2% indicó encontrarse totalmente insatisfechos con la visita a los cantones cercanos a la ciudad.

En cuanto a las visitas a las diferentes regiones del Ecuador, primeramente, se procedió a consultar acerca de las visitas a la región costa; observándose que el 45% de los turistas indicaron encontrarse satisfechos con la visita a dicha región, el 29% indicó encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos y el 17% manifestó estar totalmente satisfechos, y en menores porcentajes del 7% señalaron estar totalmente insatisfechos y el 2% manifestaron estar insatisfechos con la actividad realizada.

En segundo lugar, se consultó acerca de las visitas a la región sierra; pudiéndose encontrar que el 57% de los turistas satisfechos con la visita a esta región, el 21% señaló estar totalmente satisfechos, el 15% indicó encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos y en menores porcentajes del 4% señalaron estar totalmente insatisfechos y el 3% manifestaron estar insatisfechos con la actividad realizada.

En tercer lugar, se consultó acerca de las visitas a la región del oriente; pudiéndose encontrar que el 58% de los turistas satisfechos con la visita a esta región, el 18% señaló estar totalmente satisfechos, el 15% indicó encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos y en menores porcentajes del 8% manifestaron

estar totalmente insatisfechos y el 1% indicaron estar insatisfechos con la actividad realizada.

Finalmente, se consultó acerca de las visitas a Galápagos; pudiendo encontrarse que el 46% de los turistas manifestaron estar totalmente satisfechos con la visita a esta región, el 27% indicó encontrarse simplemente satisfechos, el 13% señalaron estar ni satisfechos ni insatisfechos, el 11% señaló estar totalmente insatisfechos y el 3% indicaron estar insatisfechos con la visita realizada.

**Tabla 68.**

Instituciones: Opinión sobre actividades

Opinión sobre	Totalmente insatisfecho		Insatisfecho		Ni satisfecho ni insatisfecho		Satisfecho		Totalmente satisfecho		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Visita a sitios patrimoniales y arqueológicos	2	1%	3	2%	28	16,2%	101	59%	38	22%	172	100%
Visita a museos	3	2%	9	5%	31	18%	93	54%	36	21%	172	100%
Asistencia a eventos culturales	2	1%	0	0%	21	12%	100	58%	50	29%	172	100%
Actividades deportivas	2	1%	14	8%	76	44%	57	33%	24	14%	172	100%
Visita a comunidades	2	1%	10	6%	67	39%	60	35%	33	19%	172	100%
Visita a cantones cercanos	2	1%	9	5%	72	42%	64	37%	26	15%	172	100%
Visita a provincias de la costa	3	2%	12	7%	45	26%	74	43%	40	23%	172	100%
Visita a provincias de la sierra	2	1%	5	3%	55	32%	69	40%	41	24%	172	100%
Visita a provincias de la oriente	2	1%	3	2%	46	27%	88	51%	33	19%	172	100%
Visita a Galápagos	12	7%	2	1%	17	10%	55	32%	86	50%	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl

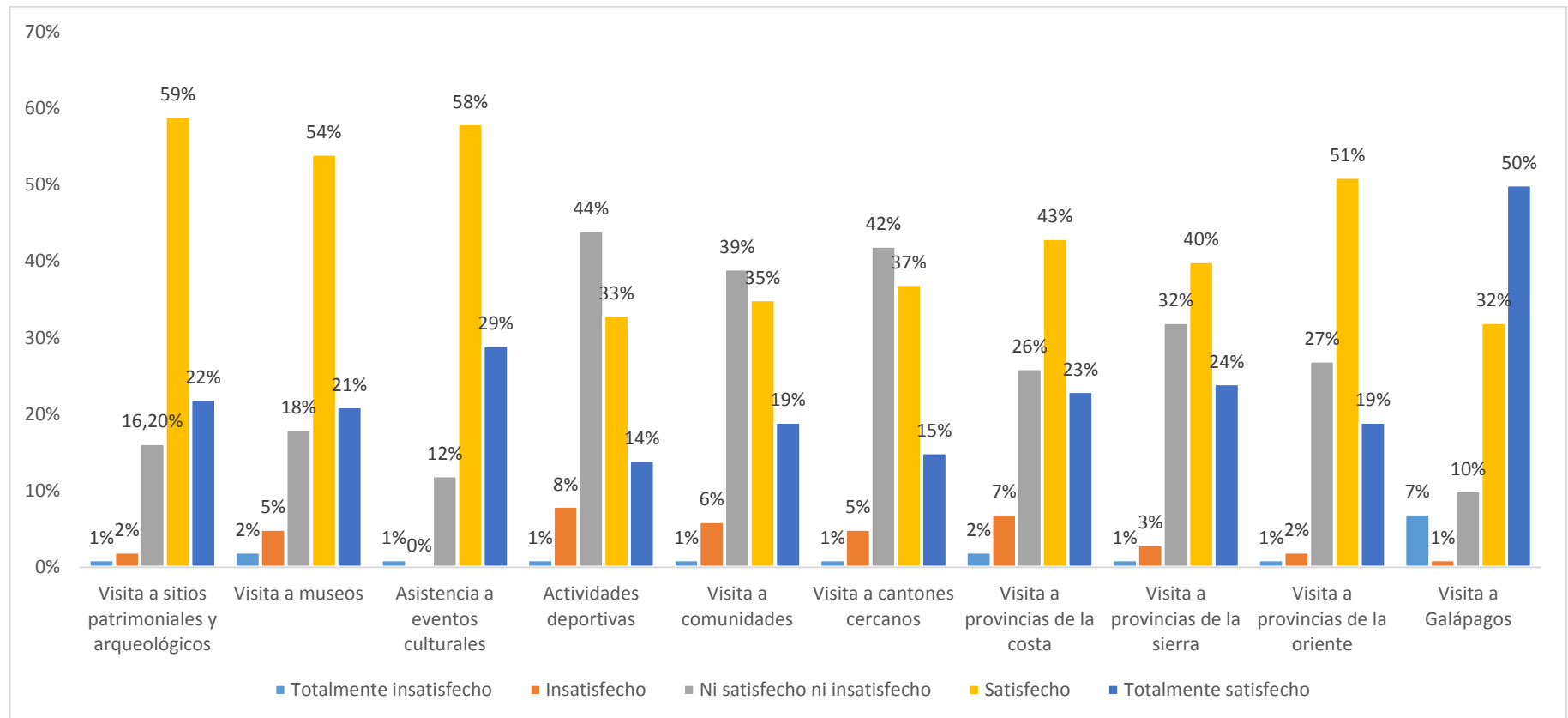


Figura 39. Opinión sobre actividades

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al consultar a las personas que realizan sus estudios en Instituciones no Universitarias acerca de su opinión de las diferentes actividades que se pueden realizar en la ciudad, aparte de las actividades educativas, se obtuvieron los siguientes resultados:

En lo que concierne a visitas a sitios patrimoniales y arqueológicos: el 59% de los estudiantes señalaron satisfacción luego de haber realizado la actividad, el 22% se sintieron totalmente satisfechos, el 16% indicaron estar ni satisfechos ni insatisfechos, en menores porcentajes se presentaron el 2% y el 1% totalmente insatisfechos e insatisfechos.

Así también, se consultó acerca de la visita a museos, dando como resultado que el 54% de los estudiantes indicaron haberse sentido satisfechos luego de haber realizado esta actividad, el 21% señalaron estar totalmente satisfechos con la actividad realizada, el 18% no se encontró satisfecho ni insatisfecho, y el 5% indicaron estar insatisfechos y el 2% se encontró totalmente insatisfechos.

En la asistencia a eventos culturales se obtuvo como resultado que el 58% de los encuestados señalaron encontrarse satisfechos con la actividad realizada, el 29% indicaron encontrarse totalmente satisfechos mientras que el 12% manifestaron que luego de haber realizado dicha actividad no se encontraban satisfechos ni insatisfechos, además se encontró que el 1% se sintieron totalmente insatisfechos.

En cuanto a las actividades deportivas se destaca que el 44% señalaron encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos; el 33% de los estudiantes manifestaron encontrarse satisfechos con dicha actividad, también se observó que solo el 14% indicó encontrarse totalmente satisfechos y en menores porcentajes del 8% se encontró insatisfecho, y el 1% totalmente insatisfechos.

El 39% de los encuestados opinaron que se sintieron ni satisfecho ni insatisfechos, el 35% se encontraron satisfechos luego de haber visitado comunidades, el 19% manifestó que se encontraban totalmente satisfechos con

esta actividad, y en menores porcentajes se puede observar que el 6% manifestaron encontrarse insatisfechos mientras que el 1% se encontró totalmente insatisfecho.

En la visita de cantones cercanos, el 42% de extranjeros señalaron encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos con la realización de esta actividad, mientras que el 37% indicaron encontrarse satisfechos, el 15% manifestaron encontrarse totalmente satisfechos, en menores porcentajes los turistas mostraron que se encontraban insatisfechos con esta actividad del 5% y el 1% indicó encontrarse totalmente insatisfechos con la visita a los cantones cercanos a la ciudad.

En cuanto a las visitas a las diferentes regiones del Ecuador, primeramente, se procedió a consultar acerca de las visitas a la región costa; observándose que el 43% de los turistas indicaron encontrarse satisfechos con la visita a dicha región, el 26% indicó encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos y el 23% manifestó estar totalmente satisfechos, y en menores porcentajes del 7% señalaron estar totalmente insatisfechos y el 2% manifestaron estar insatisfechos con la actividad realizada.

En segundo lugar, se consultó acerca de las visitas a la región sierra; pudiéndose encontrar que el 40% de los turistas satisfechos con la visita a esta región, el 32% señaló ni satisfechos ni insatisfechos, el 24% indicó encontrarse estar totalmente satisfechos y en menores porcentajes del 3% señalaron estar insatisfechos y el 1% manifestaron estar totalmente insatisfechos con la actividad realizada.

En tercer lugar, se consultó acerca de las visitas a la región del oriente; pudiéndose encontrar que el 51% de los turistas satisfechos con la visita a esta región, el 27% indicó encontrarse ni satisfechos ni insatisfechos, el 19% señaló estar totalmente satisfechos y en menores porcentajes del 2% manifestaron estar totalmente insatisfechos y el 1% indicaron estar insatisfechos con la actividad realizada.



Finalmente, se consultó acerca de las visitas a Galápagos; pudiendo encontrarse que el 50% de los turistas manifestaron estar totalmente satisfechos con la visita a esta región, el 32% indicó encontrarse simplemente satisfechos, el 10% señalaron estar ni satisfechos ni insatisfechos, el 7% señaló estar totalmente insatisfechos y el 1% indicaron estar insatisfechos con la visita realizada.



Pregunta N°.17 ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en el Ecuador?

Tabla 69.

Universidades: Tipo de turismo

Tipo de turismo	Nada interesante		Poco interesante		Indiferente		Interesante		Muy interesante		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Turismo de naturaleza	0	0%	0	0%	5	5%	37	37%	58	58%	100	100%
Turismo de aventura	0	0%	0	0%	4	4%	23	23%	73	73%	100	100%
Turismo cultural	0	0%	3	3%	8	8%	40	40%	49	49%	100	100%
Turismo comunitario	0	0%	0	0%	29	29%	34	34%	37	37%	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

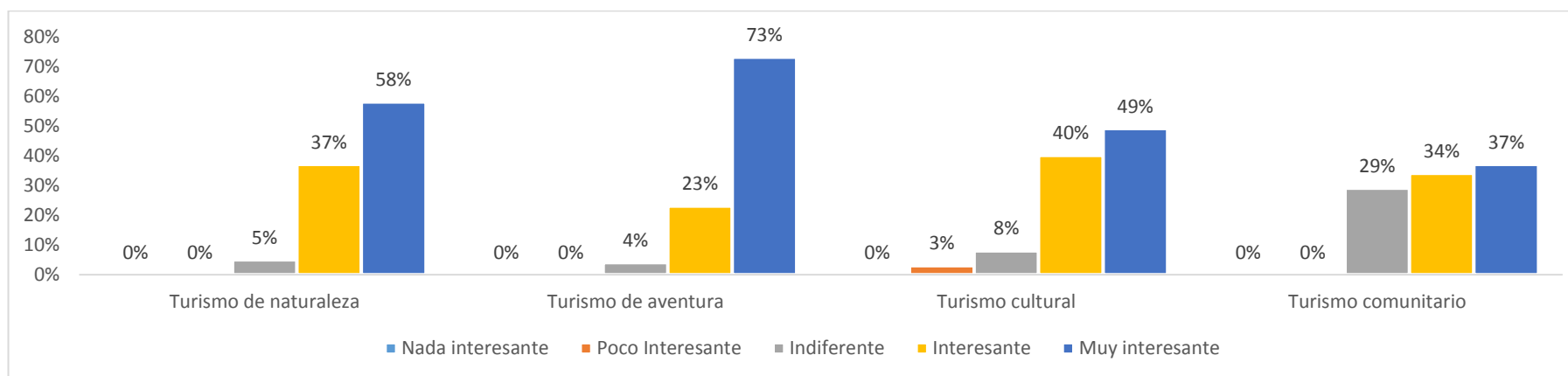


Figura 40. Tipo de turismo

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

Al analizar las respuestas de los encuestados que realizan sus estudios en la Universidades acerca de su preferencia sobre algunos tipos de turismo se puede observar que la mayoría de ellos (58%) indican que les parece muy interesante el turismo de naturaleza, seguidos en frecuencia por un porcentaje del 37% que manifestaron encontrar esta actividad interesante, mientras que en menores porcentajes se encontraron aquellas personas que se manifestaron indiferentes, con un porcentaje del 5%.

En cuanto al turismo de aventura en el Ecuador, se obtuvo que el 73% de los turistas indicaron que es muy interesante, seguida de un 23% de turistas que manifestaron encontrar esta actividad interesante, mientras que, en un menor porcentaje del 4% se encontraron aquellas personas que dijeron sentirse indiferentes.

Indagando a los turistas sobre el turismo cultural y analizar sus respuestas acerca de su preferencia sobre este tipo de turismo, se observa que a un 49% de turistas a los que les parece muy interesante hacer este tipo de actividades, un porcentaje del 40% de los turistas manifestaron encontrar interesante dicha actividad y en menores porcentajes se encontraron quienes refirieron encontrarse indiferentes y poco interesados con cifras del 8% y el 3% respectivamente.

Las respuestas de los encuestados acerca de su preferencia en cuanto a turismo comunitario se puede observar que el 37% de ellos indican que les parece interesante, el 34% que manifestaron encontrar esta actividad muy interesante, y el 29% se mostraron indiferentes ante este tipo de turismo.



Tabla 70.

Instituciones: Tipo de turismo

Tipo de turismo		Nada interesante		Poco Interesante		Indiferente		Interesante		Muy interesante		Total	
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Turismo naturaleza	de	2	1%	2	1%	7	4%	54	31,4%	108	62,6%	172	100%
Turismo aventura	de	5	3%	0	0%	7	4%	48	28%	114	66%	172	100%
Turismo cultural		2	1%	0	0%	14	8%	62	36%	95	55%	172	100%
Turismo comunitario		3	2%	9	5%	43	25%	67	39%	52	30%	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

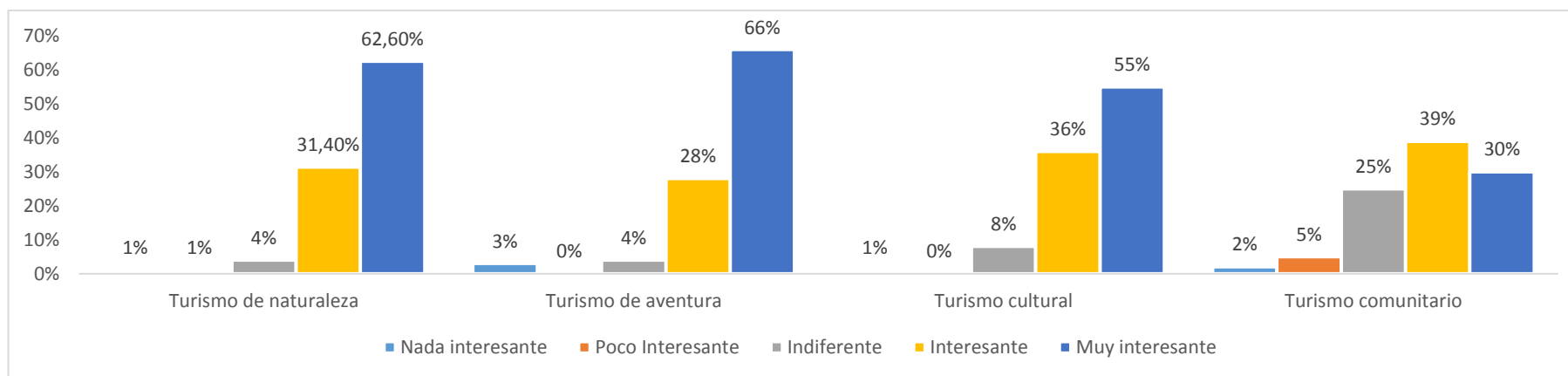


Figura 41. Tipo de turismo



Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl



Interpretación:

Al analizar las respuestas de los encuestados que realizan sus estudios en las instituciones o centros académicos acerca de su preferencia sobre algunos tipos de turismo se puede observar que la mayoría de ellos (62,6%) indican que les parece muy interesante el turismo de naturaleza, seguidos en frecuencia por un porcentaje del 31,4% que manifestaron encontrar esta actividad interesante, mientras que en menores porcentajes se encontraron aquellas personas que se manifestaron indiferentes, poco interesados y nada interesados, con porcentajes del 7%, el 1% y el 1%, respectivamente.

En cuanto al turismo de aventura en el Ecuador, se obtuvo que el 66% de los turistas indicaron que es muy interesante, seguida de un 28% de turistas que manifestaron encontrar esta actividad interesante, mientras que, en menores porcentajes, 4% y del 3%, se encontraron aquellas personas que dijeron sentirse indiferentes y nada interesados.

Indagando a los turistas sobre el turismo cultural y analizar sus respuestas acerca de su preferencia sobre este tipo de turismo, se observa que a un 55% de turistas a los que les parece muy interesante hacer este tipo de actividades, un porcentaje del 36% de los turistas manifestaron encontrar interesante dicha actividad y en menores porcentajes se encontraron quienes refirieron encontrarse indiferentes y nada interesados, con cifras del 8% y el 1%, respectivamente.

La respuesta de los encuestados acerca de su preferencia en cuanto a turismo comunitario se puede observar que el 39% de ellos indican que les parece interesante, el 30% que manifestaron encontrar esta actividad muy interesante, el 25% se mostraron indiferentes ante este tipo de turismo, mientras que el 5% y 2% se encontraron poco interesados y nada interesados.

Pregunta N°.18. ¿A través de qué medio de comunicación conoció acerca de la oferta académica de la institución donde realiza o realizó sus estudios?

Tabla 71

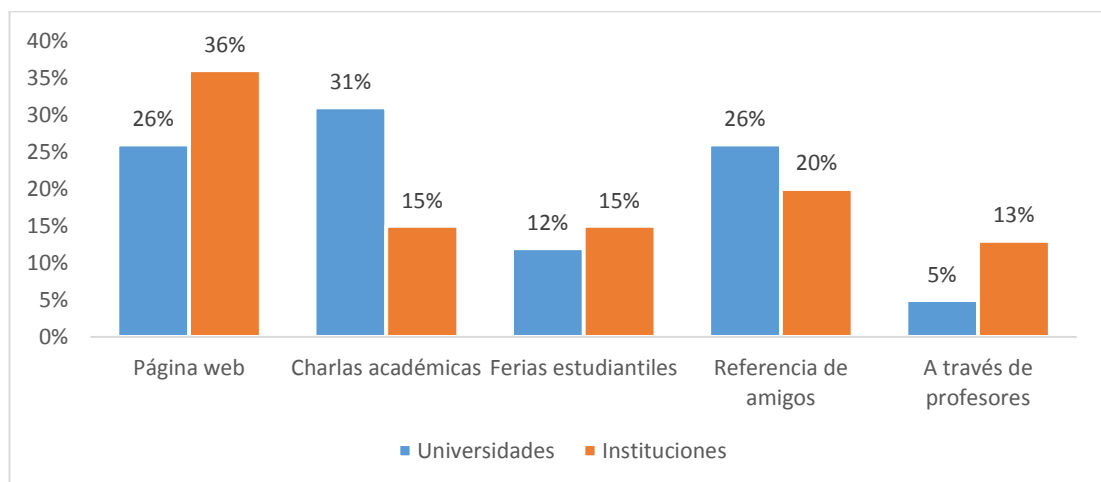
Universidades: Medios de Comunicación

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Página web	26	26%
Charlas académicas	31	31%
Ferias estudiantiles	12	12%
Referencia de amigos	26	26%
A través de profesores	5	5%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl**Tabla 72**

Instituciones: Medios de Comunicación

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje
Página web	62	36%
Charlas académicas	26	15%
Ferias estudiantiles	26	15%
Referencia de amigos	34	20%
A través de profesores	22	13%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl**Figura 42.** Medio de comunicación**Fuente:** Estudio de mercado.**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl**Interpretación:**

Del total de las personas encuestadas se pudo obtener como resultado que la mayoría de los estudiantes conoció a la institución por medio de la página web (34,3%), seguido en porcentaje de aquellas personas que se enteraron mediante la referencia de amigos (21,50%), charlas académicas (20,30%) y finalmente mediante ferias estudiantiles (14%); cabe recalcar que pocos estudiantes obtuvieron información a través de profesores.

Pregunta N°.19 ¿A través de qué medios se comunicó con la institución donde realiza o realizó sus estudios?

Tabla 73

Universidades: Modo de contratación de servicio

Modo	Frecuencia	Porcentaje
Directamente (usted mismo)	21	21%
Por medio de una Agencia de viajes	2	2%
Por medio de una Universidad	77	77%
Total	100	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 74

Instituciones: Modo de contratación de servicio

Modo	Frecuencia	Porcentaje
Directamente (usted mismo)	84	49%
Por medio de una Agencia de viajes	14	8%
Por medio de una Universidad	74	43%
Total	172	100%

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

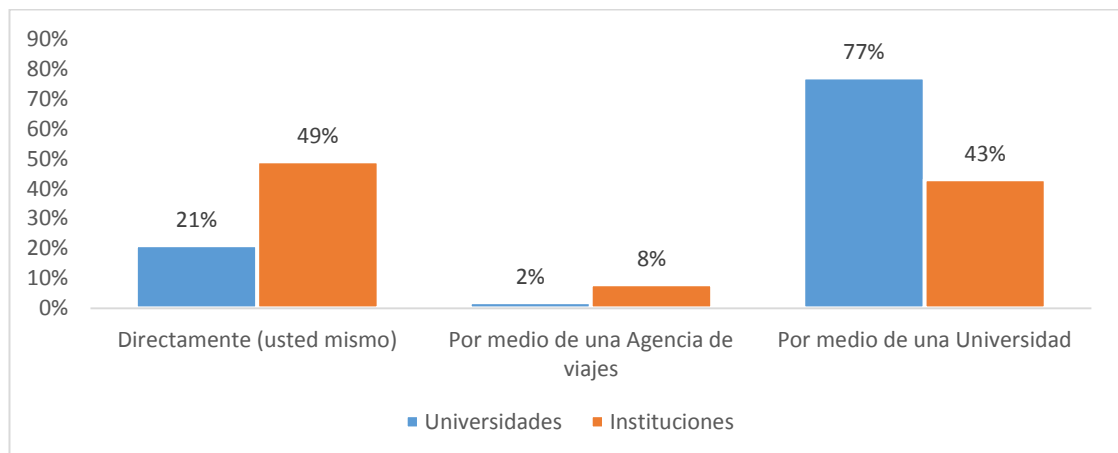


Figura 43. Modo de contratación de servicio

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Interpretación:

El análisis las respuestas de los estudiantes acerca de los medios de comunicación a través del cual se contactó con la institución se puede observar

una diferencia en los porcentajes y la distribución de las respuestas de los estudiantes dependiendo de si estudió en la universidad o algún otro centro, puesto que la mayoría (77%) de los estudiantes universitarios refirieron que fue otra universidad quien le comunicó de la Universidad de Cuenca, seguido en frecuencia por aquellos que refirieron que se contactaron directamente con la universidad (21%) y en un porcentaje aún menor estaban quienes refirieron que su método de contacto fue a través de una agencia de viajes (2%). Mientras tanto, la mayoría de los estudiantes de otras instituciones refirió haberse contactado con los centros educativos directamente (49%), seguido en frecuencia por aquellos que se contactaron a través de una universidad (43%) y finalmente estaban aquellos que refirieron haberse comunicado con su respectiva institución mediante una agencia de viajes (8%).

3.3 Análisis de resultados de la investigación de mercado

3.3.1 Determinación del perfil del turista que asiste a las Universidades

En cuanto al perfil de los turistas que realizan sus estudios en las Universidades de la ciudad de Cuenca se puede mencionar que ellos tienen mayor predilección por estudiar en la Universidad de Cuenca (89%), además las personas que más vienen a la ciudad a realizar sus cursos académicos son la mayoría las mujeres (60%) que se encontraron o están inscritos en estas Universidades. La mayoría de los estudiantes provenían de México (24%), Estados Unidos (18%), aunque el 54% refirieron que su lengua materna era el español y 20% era el inglés. En cuanto a la edad se observó que por lo general varía entre los 18 a 24 años (85%), debiendo tener en cuenta que la mayoría son solteros (97%), con un nivel superior de educación (77%).

Los meses de septiembre a febrero fueron la temporada en la cual la mayoría de turistas se hospedó en la ciudad (57%), mientras que el 43% prefirió el periodo de marzo a agosto (43%), lo cual podría deberse al agradable clima con el que cuenta el Ecuador en dichos periodos.

En referencia a las actividades académicas es necesario mencionar que la mayoría de turistas se encuentran inscritos en cursos de tercer nivel (82%); lo cual se relaciona con el tiempo de estancia, el cual, la mayoría de personas refirieron que fue de más de un mes (96%), por lo cual hubo una preferencia a quedarse en cuartos específicamente para estudiantes (52%) y en casas de familias (37%), presentando un gasto mensual total promedio que varía entre \$372 a \$742 (45%).

El 58% de los encuestados refirieron que el gasto de alojamiento promedio es de menos de \$150 mensuales, mientras su gasto de alimentación varía entre \$151 a \$300 (60% de los encuestados). Con respecto al rubro de compras, la mayoría manifestó gastar menos de \$150 (76%); al referirse al gasto en viajes, la mayoría (50%) gasta menos de \$150, en cuanto al gasto en estudios se observó que la mayoría de encuestados (74%) refirió gastar menos de \$150.

La mayoría de los estudiantes de turismo académico que eligen estudiar en las Universidades de la ciudad de Cuenca mencionaron que los factores que les motivaron a elegirla como su sede de estudios fueron principalmente la alta calidad académica (58%), seguido de la seguridad (55,10%), el costo de vida (48%), atractivos turísticos (42%) y el clima de la ciudad (39%).

Los estudiantes opinan que las actividades realizadas en la ciudad fueron muy buenas y satisfactorias, tales como la visita a sitios patrimoniales y arqueológicos (65%), museos (58%), eventos culturales (50%), actividades deportivas (47%) y comunidades (40%); así mismo, es de gran relevancia la visita a cantones cercanos (47%), a la región costa (45%), sierra (57%), oriente (58%) y Galápagos (46%). Además, sobre los tipos de turismo, estos prefieren realizar el turismo de aventura (73%), naturaleza (58%), cultural (49%).

Finalmente, se puede mencionar que los estudiantes prefieren conocer a las Universidades por medio de charlas académicas (31%), página web de la misma institución (26%) y por referencia de amigos (26%), contactándose directamente con las Universidades (77%).

3.3.2 Determinación del perfil del turista que asiste a las Instituciones

En cuanto al perfil de los turistas que realizan sus estudios en Instituciones o Centro Académicos que ofrecen servicios según sus necesidades en la ciudad de Cuenca se puede mencionar que ellos tienen mayor predilección por estudiar en el CEDEI (28%) y en la escuela de español Amauta (26%); además las personas que más vienen a la ciudad a realizar sus cursos académicos son de ambos sexos, ya que tanto hombres (47%) como las mujeres (53%) se encontraron o están inscritos en las instituciones estudiadas. La mayoría de los estudiantes provenían de Estados Unidos (66%), aunque el 77,1% refirieron que su lengua materna era el inglés. En cuanto a la edad se observó que por lo general varía entre los 18 a 24 años (55%), debiendo tener en cuenta que la mayoría son solteros (76,2%), con un nivel superior de educación (71%).

Los meses de septiembre a febrero fueron la temporada en la cual la mayoría de turistas se hospedó en la ciudad (56%), mientras que el 44% prefirió el periodo de marzo a agosto, lo cual podría deberse al agradable clima con el que cuenta el Ecuador en dichos periodos.

En referencia a las actividades académicas es necesario mencionar que la mayoría de turistas se encuentran inscritos en cursos de español (81%), además la mayoría de personas refirieron que se quedan por estancias cortas de un mes (43%), por lo cual hubo una preferencia a quedarse en casas de familias (54%), presentando un gasto mensual total promedio que varía entre \$743 a \$993 (42%).

El 44% de los encuestados refirieron que el gasto de alojamiento promedio es de \$150 mensuales, mientras su gasto de alimentación varía entre \$151 a \$300 (59% de los encuestados). Con respecto al rubro de compras, la mayoría manifestó gastar menos de \$150 (73%); al referirse al gasto en viajes, la mayoría (48%) gasta entre \$150 a \$300; en cuanto al gasto en estudios se observó que la mayoría de encuestados (54%) refirió gastar menos de \$150.

La mayoría de los encuestados eligen a la ciudad de Cuenca antes que otras ciudades por su seguridad (70%), seguido por su alta calidad académica (67%), el costo de vida (52%), el clima de la ciudad (50%) y por sus atractivos turísticos (40%).

Los estudiantes opinan que las actividades realizadas en la ciudad fueron muy buenas y satisfactorias, tales como la visita a sitios patrimoniales y arqueológicos (59%), eventos culturales (58%), museos (54%), actividades deportivas (33%) y comunidades (35%); así mismo, es de gran relevancia la visita a cantones cercanos (37%), a la región costa (43%), sierra (40%), oriente (51%) y Galápagos (50%). Además, sobre los tipos de turismo, estos prefieren realizar el turismo de aventura (66%), naturaleza (62,6%), cultural (54,10%).

Finalmente, se puede mencionar que los estudiantes prefieren conocer a las instituciones por medio de la página web de cada institución (36%), y por referencia de amigos (20%), para contratar servicios por medio de una Universidad (49%) y poderse acercar de manera directa (43%).

3.3.3 Tabla comparativa del perfil del turista académico que asiste a las Universidades en comparación con otras Instituciones.

Tabla 75.

Tabla comparativa del perfil del turista que asiste a las diferentes instituciones en general y del turista de académico de nivel superior.

López Yupa Jonathan Paúl

Características	Perfil del turista que asiste a las Universidades	Perfil del turista que asiste a las Instituciones académicas
Centros de estudio	Universidad de Cuenca (89%)	CEDEI (28%)
		Amauta (26%)
		Yanapuma (16%)
	Universidad del Azuay (11%)	Simón Bolívar (13%)
		Sampere (10%)
Género	Mujeres (60%)	Abraham Lincoln (5%)
	Hombres (40%)	Mujeres (53%)
Procedencia		Hombres (47%)
	Estados Unidos (18%)	Estados Unidos (66%)
	Alemania (16%)	Alemania (9,5%)
	Argentina (7%)	Arabia (1%)
	Chile (10%)	Australia (2%)
	Colombia (13%)	Bermudas (1%)
	Francia (8%)	Canadá (1%)
	México (24%)	Francia (2%)
	Suecia (2%)	Inglaterra (6%)
	Venezuela (2%)	Suecia (1%)
		Suiza (10,5%)
Lengua materna o nativa	Inglés (20%)	Inglés (77,1%)
	Alemán (16%)	Alemán (14,3%)
	Francés (8%)	Francés (7,6%)
	Español (54%)	Sueco (1%)
	Sueco (2%)	
Edad	18 a 24 años (85%)	18 a 24 años (55%),
	De 25 a 34 años (13%)	De 25 a 34 años (26,7%)
	Mayor a 65 años (2%)	De 35 a 64 años (13,3%)
		Mayor a 65 años (4,8%)
Estado civil	Solteros (97%)	Solteros (76,2%)
	Unión libre (3%)	Casado (13,3%)
		Unión libre (4,8%)
		Divorciado (5,7%)
Nivel educativo	Bachillerato (16%)	Básica (5%)
	Superior o tercer nivel (77%)	Bachillerato (18%)
	Cuarto nivel (7%)	Superior o tercer nivel (71%)
		Cuarto nivel (6%)
Programas de estudios	Cursos de español (10%)	Clases de español (81%)
	Curso de tercer nivel (82%)	Cursos de tercer nivel (5%)
	Voluntariado (7%)	Voluntariado (3%)
	Curso vacacional (2%)	Curso vacacional (9%)
		Otro (2%)
Periodo educacional	Marzo a agosto (43%)	Marzo a agosto (44%)
	Septiembre a febrero (57%)	Septiembre a febrero (56%)
Duración de estancia	Más de un mes (96%)	Más de un mes (36%)
	Tres semanas (2%)	Dos semanas (20%)
	Un mes (2%)	Tres semanas (1%)
		Un mes (43%)
Calidad académica	Alta (40%)	Alta (36,2%)
	Excelente (40%)	Excelente (58,1%)
	Bajo (3%)	Indiferente (5,7%)
	Indiferente (17%)	
Tipo de alojamiento	Casas de familias (37%)	Casa de familias (54%)
	Cuarto para estudiante (52%)	Cuartos para estudiantes (6%)



	Apartamento (11%)	Hotel (4%)
		Hostal (8%)
		Apartamento (28%)
Gasto total	\$372 a \$742 (45%)	\$372 a \$742 (25%)
	\$743 a \$993 (21%)	\$743 a \$992 (42%)
	Menos de \$371 (21%)	Menos de \$371 (15%)
	De \$993 a \$1.199 (10%)	De \$993 a \$1.199 (12%)
	Más de \$1.200 (3%)	Más de \$1.200 (6%)
Gastos	Alojamiento:	Alojamiento:
	Menos de \$150 mensuales (58%)	\$150 mensuales (44%)
	Alimentación:	Alimentación:
	\$151 a \$300 (60%)	\$151 a \$300 (59%)
	Compras:	Compras:
	Menos de \$150 (76%)	Menos de \$150 (73%)
	Viajes:	Viajes:
	De \$150 a \$300 (50%)	De \$150 a \$300 (48%)
	Estudios:	Estudios:
	Menos de \$150 (74%).	Menos de \$150 (54%).
Factores importantes	Calidad académica (58%)	Seguridad (70%)
	Seguridad (55,10%)	Calidad académica (67%)
	Costo de vida (48%)	Costo de vida (52%)
	Atractivos turísticos (42%)	Clima de la ciudad (50%)
	Clima de la ciudad (39%)	Atractivos turísticos (40%).
Opinión sobre MUY IMPORTANTE	Sitios patrimoniales y arqueológicos (65%)	Sitios patrimoniales y arqueológicos (59%)
	Museos (58%)	Museos (54%)
	Eventos culturales (50%)	Eventos (58%)
	Actividades deportivas (47%)	Actividades deportivas (33%)
	Comunidades (40%)	Comunidades (35%)
	Visita de cantones cercanos (47%)	Visita de cantones cercanos (37%)
	Región costa (45%)	Región costa (43%)
	Sierra (57%)	Sierra (40%)
	Oriente (58%)	Oriente (51%)
	Galápagos (46%).	Galápagos (50%).
Tipos de turismo que prefieren MUY INTERESANTE	Turismo de aventura (73%)	Turismo de aventura (66%)
	Naturaleza (58%)	Naturaleza (62,6%)
	Cultural (49%)	Cultural (55%)
	Comunitario (37%)	Comunitario (30%)
Modo de obtener información	Página web de cada institución (26%)	Página web de cada institución (36%)
	Charlas académicas (31%)	Charlas académicas (15%)
	Ferias estudiantiles (12%)	Ferias estudiantiles (15%)
	Referencia de amigos (26%)	Referencia de amigos (20%)
	A través de profesores (5%)	A través de profesores (13%)
Modo de hacer la contratación de servicios	Por medio de una Universidad (77%)	Por medio de una universidad (49%)
	Directamente (21%)	Directamente (43%)
	Por medio de una Agencia de viajes (2%)	Por medio de una Agencia de viajes (8%)

Fuente: Estudio de mercado.

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

3.3.4 Hallazgos

Para este estudio del segmento de los turistas académicos de nivel superior, se ha analizado la variable centros de estudios en relación con la procedencia, edad, tipo de alojamiento, gasto total y factores que consideraron antes de elegir a la ciudad de Cuenca; la variable de género se relacionó con el lugar de procedencia, duración y periodo de estudios, tipo de alojamiento y el nivel de gasto total; y por último, la edad se asoció con el género, el tipo de alojamiento, gasto total, duración de estudios, tipo de alojamiento y el tipo de turismo que les gustaría realizar.

3.3.4.1 Perfil de estudiantes de nivel superior según los Centros de estudios

De acuerdo a los centros de estudios, las instituciones que tiene el mayor número de estudiantes son la Universidad de Cuenca (33%), el CEDEI (20%) y la escuela de español Amauta (18%).

- **Universidad de Cuenca**

Del total de los estudiantes que realizan turismo académico en la Universidad de Cuenca, la mayoría son provenientes de México (27%) y de Alemania (20%), seguido, en menores porcentajes, por aquellos de Estados Unidos (13%), Chile (13%) y Colombia (13%); destacándose el hecho de que la mayoría son estudiantes jóvenes, cuyas edades que oscilan entre los 18 a 24 años (87%).

Según los mismos estudiantes de la Universidad de Cuenca, ellos prefieren quedarse en cuartos para estudiantes (62%) y en casas de familias (29%), lo cual ocasionará que para la mayoría de estudiantes el gasto promedio varíe entre \$372 a \$742 mensuales (47%) y \$743 a \$992 (22%).

Además, son personas que consideran los siguientes factores muy importantes para realizar sus actividades académicas en una ciudad como: la calidad

académica (96%), seguridad (94%), atractivos turísticos (91%), el costo de vida y clima (87%).

- **CEDEI**

De acuerdo al total de los encuestados que realizan turismo académico en el CEDEI, la mayoría son provenientes de Estados Unidos (78%) y de Inglaterra (12%), aunque existe un pequeño porcentaje proveniente de Suecia (4%), y Suiza (4%). La mayoría de estudiantes son jóvenes con edades que oscilan entre los 18 a 24 años (74%).

Según los estudiantes del CEDEI, estos prefieren quedarse en casas de familias (94%), gastando un promedio de \$743 a \$992 mensuales (53%) y desde menos de \$371 hasta \$742 (41%).

Además, estos alumnos son personas que consideran los siguientes factores muy importantes para realizar sus actividades académicas en una ciudad: la calidad académica (82%), seguridad (78%), el costo de vida (78%), atractivos turísticos (74%), y el último lugar el clima (69%).

- **Escuela de Español Amauta**

Según del total de los estudiantes encuestados que realizan turismo académico en la escuela de Español Amauta, la mayoría son provenientes de Estados Unidos (78%), pudiendo notarse que son estudiantes jóvenes con edades que oscilan entre los 18 a 24 años (61%).

Según los estudiantes del CEDEI estos prefieren quedarse en casas de familias (52%), gastando un promedio de \$372 hasta los \$742 mensuales (39%) y desde menos de \$371 (26%). Además, son personas que consideran los siguientes factores muy importantes para realizar sus actividades académicas en una ciudad como: la seguridad (87%), la calidad académica (82%), el costo de vida (65%), atractivos turísticos (61%), y el último lugar el clima (52%).

3.3.4.2 Perfil de estudiantes de nivel superior según el género

De acuerdo al género masculino y femenino el que mayor porcentaje tuvo de el de las mujeres con 63%, mientras que varones obtuvo un porcentaje de 37% estudiantes.

- **Femenino**

Del total de las mujeres que realizan turismo académico la mayoría son de Estados Unidos (51%), las cuales prefieren realizar durante los meses de marzo a agosto (55%) y con una duración prolongada (más de un mes) (47%). Seleccionan casa de familias (54%) para hospedarse durante sus estudios académicos, teniendo un gasto promedio de \$372 a \$742 mensuales (35%).

- **Masculino**

Del total de varones que realizan turismo académico la mayoría son de Estados Unidos (40%) y de Alemania (22%), tienen preferencia para llevar a cabo sus estudios en los meses de marzo a agosto (60%) y con una duración prolongada (más de un mes) (54%). Seleccionan casa de familias (40%) para hospedarse durante sus estudios académicos, teniendo un gasto promedio de \$743 a \$992 mensuales (38%).

3.3.4.3 Perfil de estudiantes de nivel superior según la edad

De acuerdo a la edad de los estudiantes, la que mayor porcentaje tuvo es de los 18 a 24 años de edad del 68,40%.

Del total de los estudiantes que se encuentran en esta edad, prefieren quedarse en casas de familias (59%), y tienen un gasto mensual promedio de \$372 a \$742 (41%), y de \$743 a \$992 (29%), con una duración de estudios con más de un mes (56%). Además, los estudiantes de esta edad tienen preferencia por realizar turismo de aventura (95%), de naturaleza (94%) y cultural (92%).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

De acuerdo al presente análisis se puede concluir que:

- La ciudad de Cuenca al ser una ciudad patrimonial cuenta con reconocimientos internacionales, atractivos turísticos naturales y
- López Yupa Jonathan Paúl

culturales que son de carácter tangible e intangible, lo cual hace que Cuenca sea un destino atractivo para los turistas, amigable con los visitantes y un lugar agradable para vivir mientras completan sus estudios. Cabe mencionar que existen factores considerados debilidades y amenazas que no permiten que este tipo de turismo puedan tener un óptimo desarrollo. Además la ciudad cuenta con un gran potencial para la explotación del turismo académico ya que representa una oferta agradable y atractiva para el visitante, al poseer centros universitarios de primer nivel, una planta turística formidable que facilita su estancia, infraestructura en buen estado, y una superestructura que soporta y garantiza la educación superior y su libre acceso por parte de alumnos extranjeros.

- La situación del turismo académico de nivel superior en la ciudad de Cuenca cuenta en la actualidad, únicamente con dos instituciones universitarias como oferta académica, siendo el caso de la Universidad de Cuenca y Universidad del Azuay, que juntas ofrecen al alumno el acceso a la educación en 12 facultades y 53 carreras.
- Conforme a la investigación realizada para la determinación del perfil de los turistas que realizan sus estudios en las Universidades de la ciudad de Cuenca, se encontró que existe una acogida favorable por parte de los jóvenes, especialmente de los de género femenino, con un nivel de gasto medio alto; además se encontró que las instituciones que tienen mayor acogida por parte de este tipo de turistas son la Universidad de Cuenca, lo cual se debe su reconocimiento académico a nivel internacional y su oferta en cursos abiertos durante todo el año, al que muchos estudiantes en el mundo pueden acceder gracias a los convenios internacionales que gestiona la universidad de Cuenca a través de su dependencia de relaciones internacionales.

- Además, se puede mencionar que los alumnos que practican turismo académico dan mucha importancia a la seguridad y al costo de vida en la ciudad de Cuenca, puesto que estos factores son considerados con prioridad antes de elegir la ciudad en la que desean realizar sus estudios.

4.2 Recomendaciones

Como autor de la investigación se considera conveniente que se tomen en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las autoridades gubernamentales y ministeriales considerar el diagnóstico situacional del turismo académico de nivel superior que existe, a fin de mejorar el posicionamiento de la Universidad

López Yupa Jonathan Paúl

de Cuenca, enfocarse en mercados prometedores y fructíferos como el de los Estados Unidos.

- Se recomienda además a las respectivas autoridades utilizar el análisis sobre los gustos de estos turistas en cuanto a la visita a sitios patrimoniales y naturales, para mejorar los servicios, su conservación y su acceso, buscando fomentar la actividad turística.
- Se recomienda tomar los resultados obtenidos, tanto del perfil de los estudiantes que realizan sus estudios en las universidades como de las diferentes instituciones académicas para que trabajen en conjunto con agencias y operadoras turísticas del Ecuador, y así puedan ofrecer una mezcla de productos académicos (educación y viajes) adecuados al cliente potencial.
- Se recomienda tener un mejor seguimiento a los estudiantes una vez que han terminado sus cursos académicos buscando recrear una retroalimentación de su estadía con el fin de que puedan invitar, recomendar o volver a tomar un curso que se esté formando en las distintas universidades
- Se sugiere la aplicación de encuestas diseñadas hacia los estudiantes con la finalidad de conocer su percepción de la calidad recibida a nivel académico, socio cultural, nivel de docencia, infraestructura, entre otros aspectos. De tal manera, que de obtener falencias en los procesos educativos y de turismo receptivo, para buscar estrategias claves aplicables para mejorar su desarrollo y a su vez también reforzar las gestiones que se llevan de manera positiva y exitosa.
- Se recomienda el presente análisis como base informativa para una continuación de la línea de investigación de turismo académico en la



ciudad de Cuenca y como un aporte para futuras investigaciones, proyectos y trabajos.

BIBLIOGRAFÍA

Abraham Lincoln Center. (2016). *Reseña histórica*. Recuperado el 13 de abril de 2018, de <https://www.abrahamlincolncenter.com/sobre-nosotros>

Acerenza. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Editorial Trillas. Recuperado el 12 de marzo de 2018, de López Yupa Jonathan Paúl



<http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>

Alemán. (1990). *Quince lecciones de turismo* (Vol. 3ra reimpresión). México: Editorial Diana.

Altamira, y Muñoz. (2007). El Turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario jurídico y económico Escorialense*, 677-710.

Amauta. (2017). *Our Goals*. Recuperado el 30 de abril de 2018, de <http://amauta.edu.ec/Who-we-are/Our-Goals>

Banco Central del Ecuador. (2017). *Riesgo País (EMBI ECUADOR)*. Recuperado el 31 de octubre de 2017, de https://contenido.bce.fin.ec/https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Banco Central del Ecuador. (2018). *Ecuador: Reporte mensual de inflación*. Subgerencia de programación y regulación. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201802.pdf>

Bermúdez. (2015). La movilidad internacional por razones de estudio: Geografía de un fenómeno global. *Scielo*, 95-125. Recuperado el 13 de marzo de 2018, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/migra/v8n1/v8n1a4.pdf>

Caiza, y Molina. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *Revista Especialidades Turísticas*, 6-24.

Campoverde. (2015). *Perfil de los visitantes que escogen a Cuenca – Ecuador como un Ecuador como un destino de turismo idiomático*. Cuenca: Universidad de Cuenca. Recuperado el 17 de marzo de 2018, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22873/1/tesis.pdf>



- Castillo, J. (2011). *El Ingreso de Extranjeros al Ecuador y sus efectos Económicos y Sociales*. Universidad de las Américas. Recuperado el 07 de abril de 2018, de <http://200.24.220.94/bitstream/33000/288/1/UDLA-EC-TAB-2011-65.pdf>
- CEDEI. (2017). *CEDEI: Una fundación con experiencia*. Recuperado el 08 de abril de 2018, de <https://www.cedei.org/en/>
- CEDEI. (2017). *Sobre la Fundación*. Recuperado el 23 de abril de 2018, de <https://www.cedei.org/en/cedeifoundation/about-cedeifoundation>
- Colectivo Cuenca para Vivir . (2016). *Turismo*. Public.tableau.com.
- Consejo de Educación Superior. (2013). *Reglamento de Régimen Académico*. CES. Recuperado el 07 de abril de 2018, de http://www.ces.gob.ec/doc/Reglamentos_Expedidos_CES/codificacin%20del%20reglamento%20de%20rgimen%20acadmico.pdf
- Corporación Financiera Nacional. (2017). *Ficha Sectorial: Sector turístico - Nivel Nacional*. CFN. Recuperado el 24 de marzo de 2018, de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>
- Courconnet. (2017). *Yanapuma Spanish School Cuenca*. Recuperado el 06 de mayo de 2018, de <https://courconnect.com/es/schools/50/yanapuma-spanish-school-cuenca/>
- Ecuadorian Association of Spanish Language Centers. (2015). *Amauta Spanish School*. Recuperado el 09 de abril de 2018, de <http://ecuadorspanishschools-aecee.com/amauta-spanish-school/>
- El Comercio. (17 de noviembre de 2017). Cuenca se promociona con sus 17 galardones turísticos. *Actualidad* .
- Embajada y Consulado de EE.UU. en Ecuador. (s.f). *Centro Ecuatoriano Norteamericano "Abraham Lincoln" en Cuenca*. Recuperado el 22 de



abril de 2018, de <https://ec.usembassy.gov/es/education-culture-es/abraham-lincoln/>

ETAPA. (2018). *Municipalidad de Cuenca presenta proyecto Cuenca, ciudad digital*. Recuperado el 09 de abril de 2018, de http://www.etapa.net.ec/Noticias/newid/79/title/MUNICIPALIDAD_

Grupo de Investigación en Economía Regional. (2017). *Estudio de la Demanda y Oferta Turística de la ciudad de Cuenca en el año 2016*. Cuenca: Fundación de Turismo para Cuenca.

Guillén. (12 de abril de 2018). Dirección de Relaciones Internacionales . (L. Jonathan, Entrevistador)

Ilustre Municipalidad de Cuenca. (2016). *Atlas PDOT cuenca*. Recuperado el 31 de octubre de 2017, de https://issuu.com:https://issuu.com/emuce_e.p./docs/atlas_pdot_cuenca_reducido

INEC. (2010). *Proyección de la Población Ecuatoriana, por años calendario según cantones*. Ecuadorencifras.gob.ec.

Instituto Cervantes. (s.f). *¿Qué son DELE y SIELE?* Recuperado el 28 de abril de 2018, de <https://exámenes.cervantes.es/es/dele/que-es>

Martínez, Pereira, y Pawlowska. (2013). El turismo académico en Galicia: otra forma de contribución de las universidades a las economías locales. *Reserchgate*, 229-242.

Medios Públicos EP. (2017). *El Gobierno lanza el proyecto 'Impulso Joven'*. Recuperado el 31 de octubre de 2017, de <http://www.ecuadortv.ec: http://www.ecuadortv.ec/noticias/actualidad/el-gobierno-lanza-el-proyecto-impulso-joven>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana . (2018). *Emisión de visa - Estudiante*. Cancillería del Ecuador .


- OMT. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. Recuperado el 04 de marzo de 2018, de <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>
- Pawlowska. (2011). *El turismo académico*. Santiago de Compostela. doi:ISBN 978-84-9887-724-3
- Pawlowska, y Martínez. (2009). Una aproximación al impacto económico directo del turismo académico: el caso de los intercambios Erasmus en la Universidad de Santiago de Compostela. *Revista Galega de Economía*, 1-20. Recuperado el 09 de marzo de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/391/39111901005.pdf>
- PRO ECUADOR. (2012). *Análisis del sector turismo*. www.proecuador.gob.ec. Recuperado el 04 de diciembre de 2017, de https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Ramírez. (1994). *Deontología y conciencia turística* (Vol. Primera Edición). México: Diana. Recuperado el 04 de marzo de 2018, de <http://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/003498Pri0000.pdf>
- Sancho. (2011). *Introducción al Turismo*. OMT. Recuperado el 12 de marzo de 2018, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Simón Bolívar Spanish School. (2017). *About Simon Bolívar Spanish School*. Recuperado el 08 de abril de 2018, de http://www.bolivar2.com/spanish_school/
- Simón Bolívar Spanish School. (2017). *Escuela en Cuenca*. Recuperado el 06 de mayo de 2018, de <http://www.bolivar2.com/>



- Soto. (2012). La movilidad estudiantil internacional como turismo académico. *Revista Geogr.Valpso*, 54-68. Recuperado el 05 de marzo de 2018, de http://geografiapucv.cl/wp-content/uploads/2016/05/46_5.pdf
- Universidad de Cuenca. (11 de abril de 2018). *Dirección de Relaciones Humanas*. Obtenido de Historia : <https://www.ucuenca.edu.ec/sobre-uc/relaciones-internacionales/direccion>
- Universidad del Azuay. (2017). *Alojamiento*. Recuperado el 22 de abril de 2018, de <https://international.uazuay.edu.ec/informacion-general#vivir>
- Universidad del Azuay. (2017). *Convenios*. Recuperado el 22 de abril de 2018, de <https://international.uazuay.edu.ec/convenios/convenios-pais/convenios-detalle/186>
- Universidad del Azuay. (2017). *La Universidad del Azuay en vísperas de sus 50 años*. Recuperado el 18 de abril de 2018, de <https://www.uazuay.edu.ec/detalle-prensa/22053>
- Universidad del Azuay. (s.f). *Institución*. Cuenca: Equateur. Recuperado el 22 de abril de 2018, de <http://www.equateur.campusfrance.org/sites/locaux/files/equateur/imce/U.%20Azuay.pdf>
- Weinshenker, y McInturff. (2014). *Apoyo de los Estados Unidos al programa de educación del Ecuador* . Gobierno ecuatoriano.

ANEXOS

Anexo n° 1 Entrevistas



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en Turismo

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR”

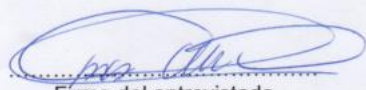
Cuenca, 09 de abril del 2018.


Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participen en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, Onor Gustavo Gullen Velazquez con el número de cédula 0104148145; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.


Firma del entrevistado


Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en
Turismo

**"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO
DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"**

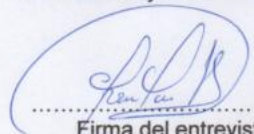
Cuenca, 22 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

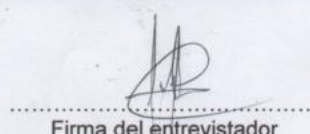
Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participen en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, ROSA PARRA HIDALGO con el número de cédula 010418112-8; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.



Firma del entrevistado



Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en
Turismo

**"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO
DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"**

Cuenca, 22 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participen en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, Cristina Palacios Viver con el número de cédula 0103839344; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.

Cristina Palacios Viver
Firma del entrevistado

[Firma]
Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

Carrera de Ingeniería en turismo



Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en
Turismo

**"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO
DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"**

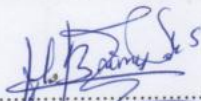
Cuenca, 22 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participen en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, Miriam Baños García con el número de cédula 0101991784; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.



Firma del entrevistado



Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en
Turismo

**"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO
DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"**

Cuenca, 21 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participan en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, Eduardo Nicolás Bustos Rueda con el número de cédula 0105842926; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización a participar voluntariamente en este estudio.

[Firma]
Firma del entrevistado

[Firma]
Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en
Turismo

**"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO
DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"**

Cuenca, 23 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participan en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, Ana María Toro Bermiño con el número de cédula 1718899261; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.

Ana María Toro P.

Firma del entrevistado



Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en Turismo

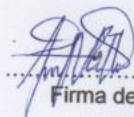
"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"Cuenca, 21 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

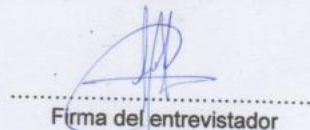
Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participen en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

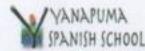
Yo, Andrea Cordero con el número de cédula 010505467-0; acepto voluntariamente mi participación en esta entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.



Firma del entrevistado



Firma del entrevistador



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD



Carrera de Ingeniería en turismo

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de: Ingeniero en
Turismo

**"ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO
DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR"**

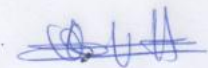

Cuenca, 21 de Mayo del 2018.

Yo, López Yupa Jonnathan Paúl, con el número de cédula 010535326-2, con el objetivo de conocer la oferta actual que ofrecen los centros que brindan cursos de enseñanza de nivel superior de la ciudad de Cuenca, le solicito de la manera más comedida su colaboración para la realización de una entrevista, cuya finalidad es la obtención de los datos necesarios para la realización de este estudio.

Entre los beneficios que se obtendrán por medio del presente estudio está el desarrollo de un análisis de la oferta del turismo académico tanto para turistas nacionales como internacionales, así como el desarrollo de diversos tipos de productos turísticos, los programas de intercambio, convenios institucionales de intercambio y la promoción de turismo académico.

Cabe recalcar que tanto el personal que realiza este estudio como aquellas personas que participen en él, no recibirán ninguna compensación económica por su participación y el uso de la información será netamente investigativo.

Yo, Jana Vanhaverbeke con el número de
cédula EN 509873; acepto voluntariamente mi participación en esta
entrevista, además autorizo el uso de los datos proporcionados en esta
entrevista para el desarrollo del presente proyecto investigativo. Al firmar este
documento doy mi autorización al participar voluntariamente en este estudio.


Firma del entrevistado
Firma del entrevistador

Anexo n° 2 Programas de Intercambio de la Universidad de Cuenca

Tabla 76

Programas de Intercambio en América

País	Ciudad	Universidad	Tipo de convenio	Áreas
Argentina	Buenos Aires	Universidad Nacional de la Plata	Marco Específico	Convenio entre las Facultades de Artes.
	Buenos Aires	Universidad Nacional del Sur	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 5 estudiantes por cada Universidad.
	Buenos Aires	Pontificia Universidad Católica "Santa María de Buenos Aire"	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Buenos Aires	Universidad del Salvador	Marco Específico	Evaluación para el ingreso. Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 1 estudiante por cada semestre.
	Buenos Aires	Universidad Siglo XXI	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Buenos Aires/ Argentina	Universidad Nacional Noroeste	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	La Rioja/ Argentina	Universidad Nacional de Chilecito	Específico	Convenio entre las Facultades de Ingeniería Agronómica
Brasil	Rio Grande do Sul	Universidades Federal Do Rio Grande Do Sul		Convenio con todas las Facultades.
	São Paulo	Universidades de Sao Paulo	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	São Paulo	Universidade Estadual de Campinas	Macro	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 5 estudiantes por cada Universidad.
Canadá	Québec	Universidad Ecole de Technologie Superieure, ETS	General	Evaluación para el ingreso. Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 1 estudiante por año.
	British Columbia	Royal Roads University	Marco	Intercambio sujeto para profesores y estudiantes, máximo de 1 estudiante por año.
	Saskatchewan	University of Saskatchewan	Marco	Evaluación para el ingreso. Convenio con todas las Facultades.
	British Columbia	University of Victoria	Específico	Intercambio sujeto para profesores y estudiantes, máximo de 4 estudiante por año.
Chile	Biobío	Universidad del Bío-Bío	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	La Araucanía	Universidad de la Frontera (UFRO)	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Santiago de Chile	Universidad de Arte y Ciencias	Marco	Convenio con todas las Facultades.

López Yupa Jonathan Paúl



		Sociales (ARCIS)					
Colombia	Medellín	Universidad de Antioquia	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Cali	Instituto Departamental de Bellas Artes	Marco	Convenio entre las Facultades de Artes			
	Bogotá	Universidad Católica Santo Tomás	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Tolima	Universidad del Tolima	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Boyocá	Universidad de Boyacá	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Bogotá	Universidad de Caldas	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Armenia	Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Cali	Universidad Autónoma de Occidente	Marco Específico	Intercambio abierto para estudiantes de segundo y tercer ciclo pudiendo ser de las facultades de la Universidad.			
	Bogotá	Universidad Nacional de Colombia	Marco	Intercambio abierto para estudiantes de segundo y tercer ciclo pudiendo ser de las facultades de la Universidad.			
	Valle del Cauca	Universidad del Valle	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Cauca	Universidad del Cauca	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Santander	Universidad de Santander- UDES	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
Costa Rica	San José	Universidad de Costa Rica	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
Cuba	Camagüey	Universidad de Camaguey	Marco Específico	Convenio entre las Facultades de Ciencias de la Hospitalidad con la Carrera de Turismo			
	Pinar del Río	Universidad de Pinar del Río	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	La Habana	Universidad de la Habana	Marco	Convenio con las siguiente áreas: Técnica, Agropecuaria y Forestal y Social.			
	La Habana	Universidad Tecnológica de la Habana	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
Estados Unidos	New Mexico	The University of New Mexico	Marco Específico	Convenio con la oficina de posgrados, los estudiantes deberán estar en la universidad de New México durante dos años			
	Massachusetts	Massachusetts College of Art and Design	Específico	Convenio con todas las Facultades.			
	Carolina	Coastal Carolina University	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Pennsylvania	The Pennsylvania State University	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Georgia	Kennsaw State University	Específico	Convenio con todas las Facultades.			
	California	University of	Específico	Convenio con todas las Facultades.			



		California EXT, San Diego		Facultades.			
	St. Andrews	Universidad de St. Andrews	Específico	Convenio con todas las Facultades.			
	Minnesota	Minnesota State University	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 2 estudiantes por cada Universidad.			
	Louisiana	Northwestern State University	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 2 estudiantes por cada Universidad.			
	California	Arthur C. CLarke Center Human Imagination	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Florida	Tompkins Cortland Community College and Disney World	Específico	Intercambio de trabajo y estudio Convenio con todas las Facultades.			
	Washington	University of Maryland, College Park	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Conway	University of Central Arkansas	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Arizona	University of Arizona	Específico Marco	Convenio entre las Facultades de Medicina.			
	John Kimbrough Blvd	Texas A&M University- College of Agriculture and Life Sciences-	Específico	Convenio con todas las Facultades.			
	Oklahoma	Oklahoma State University	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
México	Baja California	Universidad Autónoma de Baja California	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Ciudad de México	Universidad Autónoma del Estado de México	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Ciudad de México	Universidad Autónoma Metropolitana	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Colima	Universidad de Colima	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Guadalajara	Universidad de Guadalajara	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 4 estudiante por cada semestre.			
	Puebla	Universidad de Valle de Puebla	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Querétaro	Universidad Autónoma de Querétaro	Marco	Convenio con todas las Facultades.			
	Ciudad de México	Universidad Nacional Autónoma de México	Marco	Convenio con todas las Facultades.			

	Ciudad México	de	Instituto Politécnico Nacional de los Estados Unidos Mexicanos	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
	Jalisco		Colegio de Jalisco A.C.	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
Honduras	Francisco Morazán		Escuela Agrícola Panamericana Zamorano	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
Perú	Chiclayo		Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo	Marco	Convenio entre las Facultades de Artes.		
	Lima		Universidad Privada Norbert Wiener	Marco	Convenio con las Facultades: Economía, Ciencias de la Hospitalidad y Administración. Intercambio máximo de 2 estudiante por cada semestre.		
	Trujillo		Universidad César Vallejo	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
	Jaen		Universidad Nacional de Jaen	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
	Lima		Universidad Nacional Agraria La Molina	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
	Cajamarca		Universidad Nacional de Cajamarca	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
Venezuela	Caracas		Universidad Central de Venezuela	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
	Mérida		Universidad De Los Andes	Marco	Convenio con todas las Facultades.		
	Caracas		Universidad Simón Bolívar	Marco	Convenio con todas las Facultades.		

Fuente: (Universidad de Cuenca, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 77

Programas de Intercambio en Europa

López Yupa Jonathan Paúl

País	Ciudad	Universidad	Tipo de convenio	Áreas
Alemania	Rhine-Westphalia Norte.	Universidad de Applied Sciences Hochschule Ostwestfalen-Lippe	Específico	Convenio con las Facultades: Ingeniería e Ingeniería de Alimentos
	Rhine-Westphalia Norte.	Universidad de Applied Sciences Hochschule Ostwestfalen-Lippe	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Halle	Universidad Martin Lutero de Hallen-Wittenberg	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Baja Sajonia	Universidad de Osnabruck	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	München	Munich University of Applied Sciencies	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	München	Ludwig-Maximilians-Universitat Munchen (LMU)	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Renania del Norte-Westfalia	Technology Art Sciences TH Koln	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Bélgica	Gent	Universidad de Ghent	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Diepenbeek	Universidad de Hasselt	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Lovaina	Universidad Católica de Leuven	Marco	Convenio con todas las Facultades.
España	Madrid	Universidad Complutense de Madrid	Específico	Convenio con las Facultades: Ciencias Económicas y Administrativas Laboratorio de Cultura Digital Museum
	Alicante	Universidad de Alicante	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Almería	Universidad de Almería	Específico	Convenio con las Facultades: Turismo, Ciencias Químicas, Ciencias Ambientales, Ciencias Agropecuarias, Historia y Trabajo Social.
	Barcelona	Universidad de Barcelona	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Cádiz	Universidad de Cádiz	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Cantabria	Universidad de Cantabria	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Cataluña	Universidad Politécnica de Catalunya	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 5 estudiantes por cada Universidad.
	Murcia	Universidad Católica San Antonio de Murcia	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 8 estudiantes por cada Universidad.



	Córdoba	Universidad de Córdoba	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Granada	Universidad de Granada	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Huelva	Universidad de Huelva	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Sevilla	Universidad Internacional de Andalucía	Específico	Convenio con las Facultades: Turismo,
	Islas Baleares	Universidad de Islas Baleares	Específico	Convenio con las Facultades: Ciencias Médicas
	Andalucía	Universidad de Jaén	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	San Cristóbal de La Laguna	Universidad de La Laguna	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Lérida	Universidad de Lleida	Específico	Convenio con las Facultades: Educación, Psicología y Trabajo Social (solo 4 estudiantes)
	Málaga	Universidad de Málaga	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Oviedo	Universidad de Oviedo	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Sevilla	Universidad de Pablo de Olavide	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio máximo de 10 estudiantes por cada Universidad.
	Madrid	Universidad Politécnica de Madrid	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Madrid	Universidad Rey Juan Carlos	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Tarragona	Universidad Rovira I Virgili	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Galicia	Universidad Santiago de Compostela	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Sevilla	Universidad de Sevilla	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Madrid	Universidad Nacional de Educación a Distancia UNED	Específico	Convenio con todas las Facultades para la realización de doctorados.
	Valencia	Universidad de Valencia	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Zaragoza	Universidad de Zaragoza	Específico	Convenio con las Facultades de ingeniería Química, ingeniería Civil, Artes.
Francia	Montmorot,	EPLEFPA de Montmorot	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Toulouse	Institut National Polytechnique de Toulouse	Específico	Convenio con las Facultades de ingeniería Química, ingeniería Civil, Ambiental y Agropecuaria.
	Lille	Universidad de Lille 2	Específico	Convenio con todas las Facultades. El convenio solo aplica a los estudiantes que sean de 8vo o 9no ciclo.
	Paris	Universidad Sorbonne Nouvelle	Específico	Convenio con la facultad de Ambiente.



Gran Bretaña	New Castle	New Castle University	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Holanda	Breda, Países Bajos	NHTV Breda University of Applied Sciences	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Italia	Nápoles	Universidad de Napoli Federico II	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Verona	Universidad de Estudios de Verona	Específico	Convenio con la facultad de Medicina
	Parma	Universidad de Parma	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Florenia	Universidad de Florenia	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Milano	Universidad de Milano-Bicocca	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Lituania	Akademija	Universidad Aleksandras Stulginskis	Específico	Convenio con las Carreras de Administración, Ingeniería, Agricultura.
Portugal	Faro	Universidad de Algarve	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Leira	Instituto Politécnico de Leira	Marco	Convenio con todas las Facultades.
República Checa	Chequia	Mendel University of Agriculture	Específico	Convenio con la Carrera de Agricultura.
Suecia	Upsala	Universidad de Upsala	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Rumania	Rumania	Universidad Técnica de Ingeniería Civil de Bucarest	Específico	Convenio con la Carrera de Ingeniería Civil.
	Braşov	Transilvania University Of Brasov	Específico	Convenio con la Carrera de Economía.

Fuente: (Universidad de Cuenca, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Tabla 78



Programas de Intercambio en Asia

País	Ciudad	Universidad	Tipo de convenio	Áreas
China	Fujian	HUA QUIAO UNIVERSITY	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Shenzhen	Jinan University	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Beijing	Beijing Language and Culture University	Marco	Convenio con todas las Facultades.
India		Indian Institute of Technology Bombay	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Japón		KYOTO UNIVERSITY OF FOREIGN STUDIES	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Rusia		Severtsov Institute of Ecology and Evolution	Marco	Convenio con todas las Facultades.
		Moscow Institute of Architecture	Marco	Convenio con la Facultad de Arquitectura.

Fuente: (Universidad de Cuenca, 2017)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

Anexo n° 3 Programas de Intercambio de la Universidad del Azuay

Tabla 79

Programas de Intercambio en América

País	Ciudad	Universidad	Tipo de convenio	Áreas
Estados Unidos	Ohio	Baldwin Wallace Collage	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Florida	Florida Atlantic University	Marco	Convenio con todas las Facultades. Intercambio de cuatro estudiantes por semestre.
	Indiana	Taylor University	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Cuba	Cujae	Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Habana	Instituto Superior de Diseño de la Habana	Específico	Convenio con la Carrera de Diseño.
Colombia	Cali	Universidad de San Buenaventura	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Brasil	Sao Paulo	Escola de Comunicaciones e Artes da Universidade de Sao Paulo	Específico	Convenio con las Carreras de Comunicación y de Artes.
	Sao Paulo	Centro Universitario Salesiano de Sao Paulo	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Chile	Chile	Pontificia Universidad Católica de Chile	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Capital de Chile	Universidad Santiago de Chile	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Chile	Universidad de Valparaíso	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Argentina	Buenos Aires	Universidad del Salvador	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Brasil	Sao Paulo	Escola de Comunicaciones e Artes da Universidade de Sao Paulo	Específico	Convenio con la Carrera de Artes.
	Sao Paulo	Centro Universitario Salesiano de Sao Paulo	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Sao Paulo	Universidades de Sao Paulo	Marco	Convenio con todas las Facultades.

Fuente: (Universidad del Azuay, 2016)

Elaborado por: López Yupa Jonnathan Paúl

**Tabla 80**

Programas de Intercambio en Europa

País	Ciudad	Universidad	Tipo de convenio	Áreas
España	Andalucía	Universidad de Cádiz	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Valencia	Universidad CEU Cardenal Herrera	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Toledo	Universidad de Castilla – La Mancha	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Jaén	Universidad de Jaén	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Valencia	Universidad de Valencia	Marco	Convenio con todas las Facultades.
	Madrid	Universidad Francisco de Vitoria	Marco	Convenio con todas las Facultades.
Países Bajos		Saxion University of Applied Sciences	Marco	Convenio con todas las Facultades.

Fuente: (Universidad del Azuay, 2016)**Elaborado por:** López Yupa Jonnathan Paúl



**Anexo n° 4 Diseño de tesis
UNIVERSIDAD DE CUENCA**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE
TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR.**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de
“Ingeniero en turismo”.**

NOMBRE Y TITULO DEL DIRECTOR

NOMBRE DEL AUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

JONNATHAN PAÚL LÓPEZ YUPA

CUENCA, NOVIEMBRE DE 2017

1. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior.

2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

JONNATHAN PAUL LÓPEZ YUPA/ jolopez.y92@gmail.com

3. RESUMEN DEL DISEÑO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El propósito del presente proyecto de investigación es realizar un estudio donde se pueda evidenciar el estado de la oferta que posea la ciudad de Cuenca en cuanto turismo académico se refiere, y la demanda que ha tenido hasta la actualidad.

En este estudio se busca identificar el perfil del turista académico, los procedimientos que mantienen las distintas instituciones de enseñanza y la promoción y la capacidad que la ciudad posee en cuanto a este tipo de turismo.

Por lo tanto, dentro de las actividades que se pretende desarrollar con el presente proyecto se encuentra sustentar teóricamente los conceptos vinculados al desarrollo del análisis de la oferta y demanda de Cuenca como destino académico para facilitar la captación de la información y el correcto desarrollo del proyecto.

Seguido a esto, se prevé realizar el estudio de mercado pertinente para determinar el perfil del turista que llega a la ciudad, buscando esclarecer cuáles son sus principales motivaciones de visita, rango de edad, sexo, cuáles son sus expectativas, y hasta que nivel han sido satisfechas las mismas, etc.

Y finalmente se plantea la investigación de la oferta de turismo académico llevada a cabo por entidades públicas y privadas en Cuenca, proponiendo la investigación de que facilidades incluyen dichos programas, costos, formas de pago, pensum académico, etc. Con la finalidad de determinar cuáles son los productos que se ofrecen, cuál es la estrategia de promoción que aplican en el

mercado y determinar cuáles son los productos con mayor aceptación por parte de los turistas.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La actividad turística en la ciudad de Cuenca se ha venido explotando significativamente como una fuente generadora de ingresos, sin embargo, su desarrollo sin la debida planificación puede llegar a ocasionar un impacto negativo a largo plazo en relación al flujo de turistas que mantienen la ciudad.

Debido a que el turismo es considerado una actividad orientada al servicio, la cual se lleva a cabo de manera vivencial y obedece razones de carácter subjetivo, es necesario que el destino tenga los servicios adecuados para brindar una experiencia agradable al visitante; sin embargo para poder ofrecer un servicio que cumpla con las expectativas del turista, es de carácter prioritario analizar el perfil del cliente, determinando cuáles son sus motivaciones, lo que busca en el destino, el acceso a la información de dicho lugar, etc.

La necesidad que responde el siguiente proyecto de investigación es conocer el desarrollo que ha tenido la ciudad de Cuenca dentro de los parámetros del turismo académico, buscando evidenciar las ventajas y desventajas de su aplicación; logrando facilitar la creación de proyectos de promoción turística dentro de las entidades públicas y privadas en la Ciudad.

Al mismo tiempo, se busca desarrollar una base sólida de información con los datos obtenidos, la cual pueda ser una fuente real y verificable para el planteamiento de futuros proyectos dentro del ámbito de turismo académico.

Por lo cual, se ha considerado analizar la oferta y demanda existente en la ciudad de Cuenca, verificando que cumplan los parámetros marcados por el turismo académico con la finalidad de establecer pautas que permitan determinar la situación actual del turismo académico en la ciudad.

Por lo tanto los puntos claves para la investigación y análisis son los focos de recepción de turistas como por ejemplo las universidades que ofrecen programas de intercambio a estudiantes de nivel superior en diferentes países del mundo, además se prevé incluir como parte del objeto de estudio a los centros académicos en Cuenca que ofrecen clases de español, y además se pretende incluir programas de intercambio que sean de carácter privado, buscando de esta manera profundizar el estudio específicamente en este tipo de turismo.

Es importante señalar además, que actualmente no existen trabajos de investigación previos que abarquen un estudio de mercado buscando delimitar la oferta y demanda existente en Cuenca en ámbitos del turismo académico, por lo que se prevé que el presente análisis será de suma importancia para contribuir con el desarrollo de la actividad turística en Cuenca, buscando de manera objetiva, dar directrices sólidas para futuros proyectos y obrar en pro del desarrollo de la ciudad como destino de turismo académico.

5. Marco Teórico

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, es importante sustentar teóricamente distintos conceptos que permitan comprender de mejor manera el estudio, por lo cual la definición de Turismo será primordial pues es la base del estudio.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo ha sido definido como “...*toda actividad que es realizada por las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos*”.

Del mismo modo, el autor Arthur Bormann (Berlin,1930), define el turismo como “...*el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer, por motivos comerciales, profesionales, o análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal*”.

En 1937 la Sociedad de las Naciones basándose en un criterio estadístico, definió al turismo como *“el conjunto de las relaciones producidas por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto, dicho desplazamiento y permanencia no sean motivados por la actividad lucrativa”*

El autor José Ignacio de Arrillaga sustenta estas definiciones mencionando que el turismo es un desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que hay entre los viajeros y el sitio.

Por otro lado, Francisco Muñoz de Escalona y la fuente, definen que existen infinitas nociones del concepto de turismo, aunque se podría decir también que existe una sola noción del concepto de turismo con infinitas variantes, sin embargo una idea que podría englobar una conceptualización básica y clara es definida en su libro *“El turismo explicado con claridad”* como, *“Turismo es cualquier cosa que hagan los turistas, incluyendo lo que ven compran, consumen, y usan. Pero también es turismo la investigación del fenómeno, la enseñanza, la promoción, la distribución y la comercialización de lo que compran los turistas y lo que venden los empresarios”*. (Madrid, 1985)

El turismo como otras ramas posee variaciones o tipos, donde cada una de ellas tiene su característica; por lo cual cada tipo se distinguiera de acuerdo a la motivación de viaje que posee la persona para trasladarse a otro sitio.

Uno de estas motivaciones está dada por el aprendizaje, adquirir conocimientos de un lugar, por lo cual es conocido como turismo educativo o académico. Este tipo de turismo en la actualidad es una de las tendencias con mayor crecimiento en estos últimos años.

Los viajeros se abren cada día más a nuevas formas de conocer mundo, y las posibilidades de aprender se suman a otras ya existentes, el objetivo del viaje

es el aprendizaje en sí mismo, como en el caso de los viajes de estudio, de inmersión cultural, de práctica de idiomas, etc.

El principal atractivo diferenciador del desplazamiento del viajero en el turismo académico se convierte entonces en la interrelación del mismo con el medio, la participación e inserción en la cultura, el aprendizaje del idioma, el conocimiento de costumbres y el descubrimiento de un mundo diferente. Dicha interacción generalmente, llega a despertar el interés del viajero en el desarrollo del conocimiento, permitiéndole crear una consciencia libre, independiente, crítica y objetiva, convirtiéndolo en una persona en capacidad de incidir en una sociedad.

De acuerdo a un estudio realizado en Costa Rica por Karol Hidalgo, se menciona que el turismo educativo involucra planificación y programación en un marco didáctico y metodológico definido, como se hace en la docencia, creando con ello nuevos procesos educativos que vienen a favorecer la educación: facilitar la construcción de nuevos escenarios educativos y pedagógicos.

En la ciudad de Cuenca no se han realizado estudios sobre turismo educativo, dando especial empeño a la realización de estudios de turismo cultural o naturaleza.

6. Objetivos.

. Objetivo General

Analizar la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico para estudiantes de nivel superior.

. Objetivos Específicos

1. Realizar el diagnóstico situacional del turismo académico de nivel superior en Cuenca y sus conceptos clave.
2. Determinar la oferta de turismo académico en la ciudad de Cuenca.

3. Determinar el perfil del turista de turismo académico en la Ciudad de Cuenca.

7. Metodología de Investigación

Para el siguiente estudio de la situación actual del turismo académico en Cuenca, se llevará a cabo el uso de metodología cualitativa y cuantitativa con la finalidad de conseguir elaborar un material útil y objetivo que logre contribuir con el desarrollo de la actividad turística de carácter académico.

Dentro de la metodología cuantitativa se encontrará la revisión de material bibliográfico como fuente primaria de información, adicional a esto se hará uso de la observación directa y trabajo de campo para aplicación de entrevistas.

En cuanto a la metodología cuantitativa se prevé el levantamiento de información estadística la misma que será obtenida a través de la aplicación de encuestas, las mismas que serán realizadas con la finalidad de establecer un patrón determinante del perfil del turista que opta por practicar turismo académico y ha escogido Cuenca como destino.

8. Bibliografía

Acerenza, M. Á. (1999). *Administración del turismo*. Trillas,.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., y Wanhill, S. (2007). *El turismo: Teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesis.

Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, 42(1), 39-56.

McIntosh, R. G., Charles, R., Ritchie, B. J., y Salazar Palacios, M. (2001). *Turismo: planeación, administración y perspectivas*.

Molina, S., y Molina, S. (2000). *Conceptualización del turismo*.

López Yupa Jonathan Paúl

Moya, M. B. (2006). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. *Investigación y análisis*.

Padilla, T. (1997). *El turismo: fenómeno social*.

Sancho, A., y Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Silberleib, N. (2005). El turismo educativo y su relación con las políticas culturales de Buenos Aires. *Turismo Cultural*, 81.

Bonilla, M. (2007). Turismo Educativo: Programando el aprendizaje al aire libre. *Tecnitur, Revista oficial de la Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo*, 23(122), 24-25.

Campoverde Urgilés, C. E., y Landi Pauta, M. I. (2015). Tesis. Recuperado a partir de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/22873>

Korstanje, M. (2009). Turismo: un nuevo enfoque disciplinario para la enseñanza académica. *TURyDES–Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 2, 1-21.

Pawlowska, E. (2011). El turismo académico: un análisis económico para el caso de Galicia.

Pawlowska, E., y ROGET, F. M. (2009). Una aproximación al impacto económico directo del turismo académico: el caso de los intercambios Erasmus en la Universidad de Santiago de Compostela. *Revista galega de economía*, 18(2), 1-20.

Romero Tapia, L. E. (2012). Tesis. Recuperado a partir de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1727>

9. Talento humano

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR”.



Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	12 horas al mes/ 12 meses	\$1800,00
Estudiantes	40 horas al mes/ 12 meses	\$1200,00
Total		\$3000,00

10. Recursos materiales

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR”.

Cantidad	Rubro	Valor
1	Computadora	\$700,00
300	Impresiones	\$24,00
2	Empastados	\$26,00
1	Energía Eléctrica x 6 meses	60.00
1	Internet x 6 meses	\$120,00
TOTAL		\$930.00

ACTIVIDAD	MES
-----------	-----

11. Cronograma de actividades

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR”.

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1. Revisión y obtención de la Bibliografía.	x											
2. Discusión y análisis de la información.		x										
3. Redacción del objetivo 1.			x									
4. Revisión del objetivo 1.			x									
5. Elaboración del material de encuestas.				x								
6. Realización de encuestas.					x							
7. Realización de grupos focales, entrevistas.					x							
8. Análisis de resultados de métodos cualitativos y cuantitativos.						x						
9. Elaboración del marco comparativo.							x					
10. Análisis comparativo del objetivo 1 y 2.							x					
11. Redacción del Objetivo 2 y 3.								x	x	x		
12. Revisión final.											x	
13. Sustentación del tema.												x

12. Presupuesto

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DE CUENCA COMO DESTINO DE TURISMO ACADÉMICO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR”.

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento Humano Investigadores	\$1800,00		
Gastos de Movilización Transporte Alojamiento	\$100,00		
Gastos de la investigación Insumos Material de escritorio Bibliografía Internet	\$100,00 \$120,00		
Equipos, laboratorios y maquinaria			



Computador y accesorios	\$700,00		
Máquinas			
Utensilios	\$50,00		
Otros	\$20,00		
TOTAL	\$2890,00		

13. Esquema

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1

1. Diagnóstico situacional del turismo académico de nivel superior en Cuenca.

1.1 Conceptos.

- 1.1.1 Turismo Académico
- 1.1.2 Antecedentes del turismo académico.
- 1.1.3 Turismo académico en el Ecuador.

- 1.2 Análisis F.O.D.A de la ciudad de Cuenca como destino de turismo académico de nivel superior.

- 1.3 Análisis del macroentorno de Cuenca como destino de turismo académico de nivel superior.

- 1.3.1 Análisis de los factores económicos.
- 1.3.2 Análisis de los factores socioculturales.
- 1.3.3 Análisis de los factores político legales.
- 1.3.4 Análisis de los factores demográficos.
- 1.3.5 Análisis de los factores tecnológicos.

Capítulo 2

2. Oferta de turismo académico en la ciudad de Cuenca.
 - 2.1 Antecedentes del turismo académico en Cuenca.
 - 2.2 Oferta de turismo académico en la ciudad de Cuenca



3.1.1 Tipos de productos de turismo académico ofertados en Cuenca.

3.1.1.1 Escuelas de español en la ciudad de Cuenca

3.1.1.2 Programas de intercambios estudiantiles internacionales universitarios en la ciudad de Cuenca

3.1.1.3 Convenios institucionales de intercambios estudiantiles

3.1.2 Cantidad de productos de turismo académico ofertados en Cuenca.

3.1.3 Promoción de turismo académico en Cuenca.

3.2 Factores que determinan la oferta del turismo académico en Cuenca.

Capítulo 3

4. Perfil del turista de turismo académico para la Ciudad de Cuenca.

4.1 Determinación y cálculo de la muestra.

4.2 Resultados de la investigación de mercado.

4.3 Determinación del perfil del turista de turismo académico en la ciudad de Cuenca.

4.3.1 Nivel de gasto del turista de turismo académico en la ciudad de Cuenca.

4.3.2 Gustos y preferencias del turista de turismo académico en la ciudad de Cuenca.

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

4.2 Recomendaciones

4.3 Bibliografía

4.4 Anexos

Anexo n°5 Diseño de Encuesta

ENCUESTA

Como parte de una investigación realizada para la Universidad de Cuenca, buscando determinar la oferta y demanda de Cuenca como destino de turismo académico, se agradece su participación voluntaria en la siguiente encuesta.

1. ¿Dónde realizó sus estudios? (o si se encuentra estudiando actualmente)

Universidad de Cuenca	Universidad del Azuay	El Centro Cultural Ecuatoriano Norteamericano Abraham Lincoln	El Centro de Estudios Interamericanos (CEDEI)	Estudio Sampere	Escuela de Español Amauta	Escuela de Español Yanapuma

2. Género

Masculino	Femenino	Otro

3. Procedencia

EE.UU.	Inglaterra	Alemania	Suiza	Otro

4. ¿Cuál es lengua materna o nativa?

Inglés	Alemán	Francés	Ruso	Otro

5. Edad que tenía cuando realizó sus estudios en la ciudad de Cuenca (o edad que tiene actualmente si está realizando sus estudios en la ciudad)

López Yupa Jonathan Paúl

Menores de 18	De 18 a 24 años	De 25 a 34	De 35 a 64 años	Mayor a 65 años

6. Estado civil que tenía cuando realizó sus estudios en la ciudad de Cuenca (o tiene actualmente si está realizando sus estudios en la ciudad)

Soltero	Casado	Unión Libre	Divorciado	Otro

7. Nivel de estudios que tenía cuando realizó sus estudios en la ciudad (o nivel de estudios que tiene actualmente si está realizando sus estudios en la ciudad)

Básica	Bachillerato	Superior o tercer nivel	Cuarto nivel

8. ¿En qué tipo de programa de intercambio está o estaba usted?

Voluntariado	Clases de español	Cursos de tercer nivel	Curso vacacional	Otro

9. Periodo en el que llegó a la ciudad para realizar sus estudios

De septiembre a febrero	De marzo a agosto

10. ¿Cuál es la duración estimada de su estudio?

Una semana	Dos semanas	Tres semanas	Un mes	Más de un mes

11. Del 1 al 5 califique la calidad académica recibida por parte de la institución
Siendo 1 muy baja calidad académica y 5 excelente calidad académica

Calidad académica	1	2	3	4	5

12. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza durante su estadía en la ciudad de Cuenca?

Casa de una familia	Cuarto para estudiante	Hotel	Hostal	Apartamento	Otros (especifique)

13. ¿Cuál es el gasto total promedio que ha tenido por mes en su estancia en la ciudad de Cuenca?

Menos de \$371	De \$372 a \$742	De \$743 a \$993	De \$993 a \$1.199	Más de \$1.200

14. ¿Cuál es el gasto mensual promedio que usted realiza durante su estancia en la ciudad de Cuenca?

1= Bajo (menos de \$150) 2=Medio bajo (\$300) 3= Medio (\$450) 4= Medio Alto (\$600) 5= Alto (\$750)

Servicio	5	4	3	2	1
Alojamiento					
Alimentación					
Compras					
Viajes					
Estudios					
Otros					

15. ¿Determine la importante de los siguientes factores al elegir a la ciudad de Cuenca como su centro de formación académica?

1= Nada importante 2= Poco importante 3= Indiferente 4= Importante Alto 5= Muy importante

Motivación	1	2	3	4	5
Costo de Vida					
Calidad académica					
Clima					
Seguridad					
Atractivos turísticos					
Otros (especifique)					

16. Además de sus actividades educativas, ¿Cuál fue su opinión luego de realizar las siguientes actividades?

1= Totalmente insatisfecho 2= Insatisfecho 3=Ni satisfecho ni insatisfecho 4=satisfecho 5= Totalmente satisfecho

Actividades	1	2	3	4	5
Visita a sitios patrimoniales y arqueológicos					
Visita a museos					
Asistencia a eventos culturales					
Actividades deportivas					

Visita a comunidades					
Visita a cantones cercanos					
Visita a provincias de la costa					
Visita a provincias de la sierra					
Visita a provincias de la oriente					
Visita a Galápagos					
Otros (especifique)					

17. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en el Ecuador?

1= Nada interesante 2= Poco

Interesante 3= Indiferente 4= Interesante

5= Muy interesante

Tipologías	1	2	3	4	5
Turismo de naturaleza					
Turismo de aventura					
Turismo cultural					
Turismo comunitario					
Otros (especifique)					

18. ¿A través de qué medio de comunicación conoció acerca de la oferta académica de la institución donde realiza o realizó sus estudios?

Medio de comunicación	
Página web	
Charlas académicas	
Ferias estudiantiles	
Referencia de amigos	
A través de profesores	

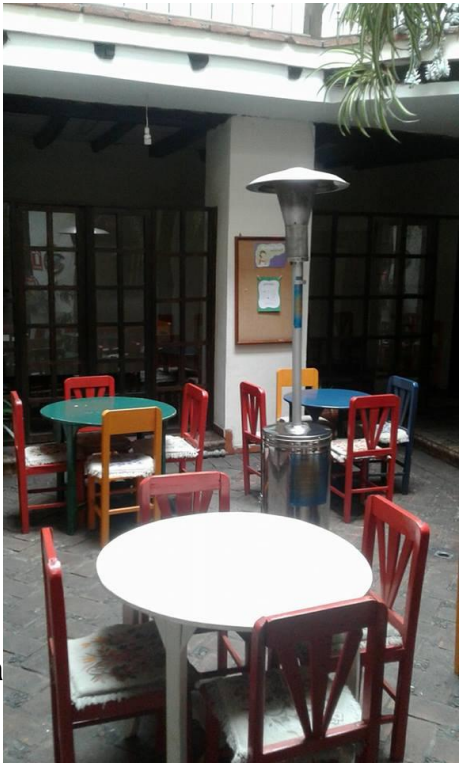
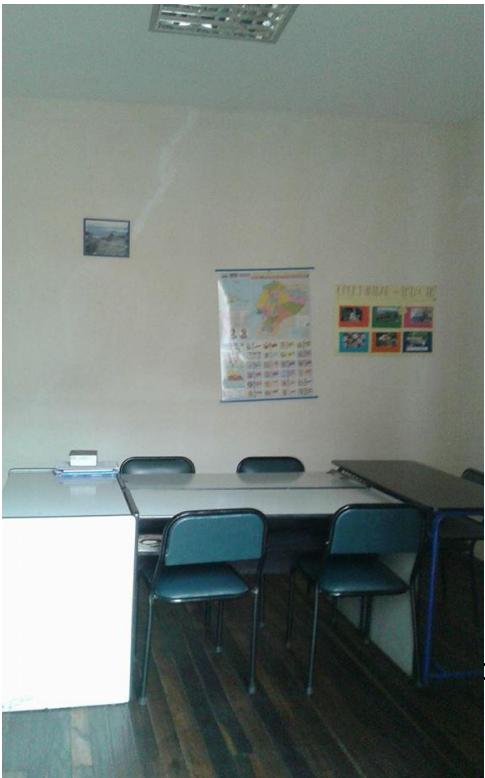
19. ¿A través de qué medios se comunicó con la institución donde realiza o realizó sus estudios?

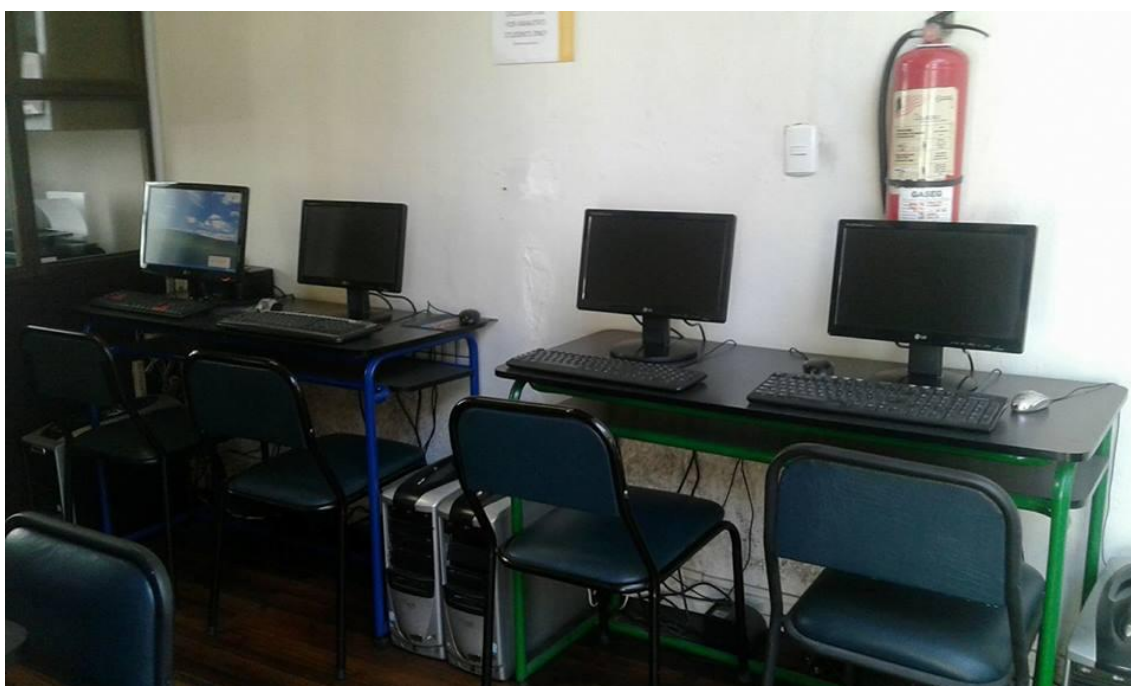
Descripción	
Directamente (usted mismo)	
Por medio de una agencia de viajes	
Por medio de una universidad	
Otros (especifique)	

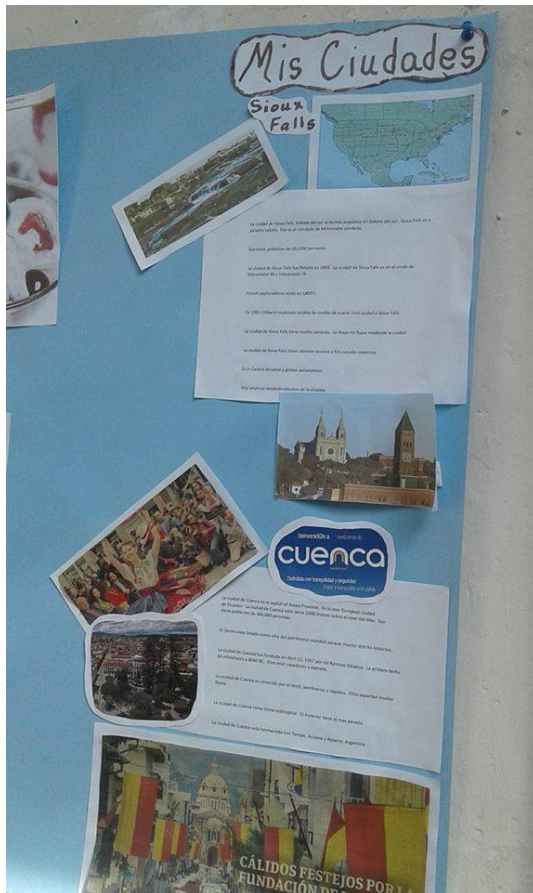
Anexo n°6 Anexo fotográfico

INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL AMAUTA









INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL YANAPUMA







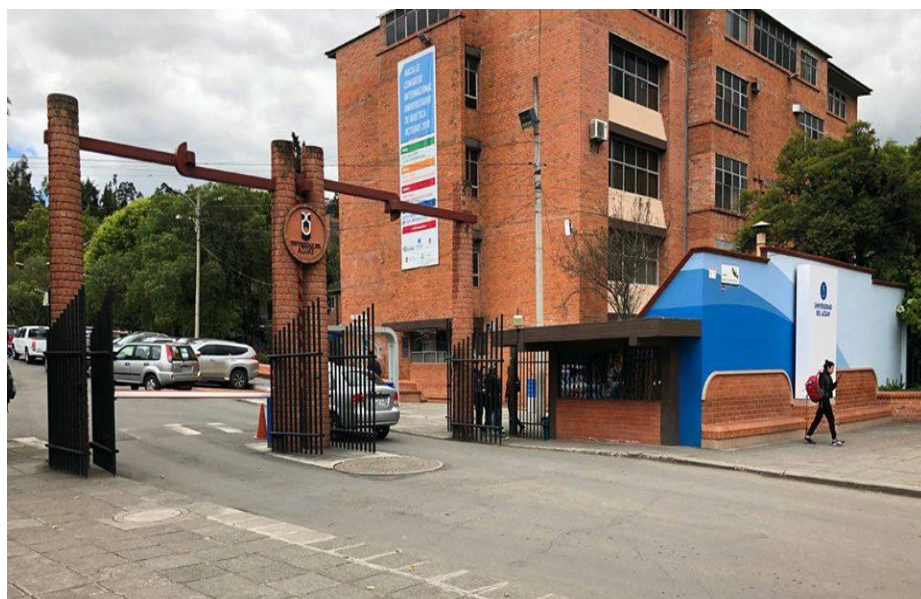
INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL SAMPERE



INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA ESCUELA DE ESPAÑOL CEDEI



INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY



López Yupa Jonathan Paúl

